Deutscher Bundestag
8. Wahlperiode

Drucksache 8/2145

29. 09. 78

Sachgebiet 43

Gesetzentwurf

der Bundesregierung

Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb

A. Zielsetzung

Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb dient heute nach allgemeiner Auffassung nicht nur der Sicherung des Wettbewerbs und dem Schutz der Mitbewerber des unlauter Werbenden, sondern auch dem Schutz der Verbraucher. Mit diesem Schutzzweck steht es nicht in Einklang, daß den durch unlautere Wettbewerbsmaßnahmen geschädigten Verbrauchern, anders als den Mitbewerbern, wettbewerbsrechtliche Ansprüche auf Schadensersatz sowie ein Recht zur Auflösung des unter dem Einfluß der Werbemaßnahme eingegangenen Vertrags nicht zustehen. Mit der Gewährung eines Ersatzanspruchs für Verbraucher und der damit gegebenen Möglichkeit der Abtretung zur gebündelten Geltendmachung an Verbände ergibt sich zugleich die Notwendigkeit ergänzender Regelungen für die Klagebefugnis von Verbänden.

Bei den Strafvorschriften des Gesetzes hat sich die Beschränkung der Strafbarkeit für unwahre Werbeangaben auf die absichtliche Begehung (§ 4) als zu eng erwiesen.

Eine besonders schwerwiegende Form unlauteren Wettbewerbs, die sogenannte progressive Kundenwerbung (Schneeballsystem), kann gegenwärtig nicht ausreichend strafrechtlich verfolgt werden. Diese Lücke hat sich in der Praxis als nachteilig erwiesen.

Druck: Bonner Universitäts-Buchdruckerei, 5300 Bonn
Alleinvertrieb: Verlag Dr. Hans Heger, Postfach 20 08 21, Herderstraße 56, 5300 Bonn 2, Telefon (0 22 21) 36 35 51

Bei den Strafbestimmungen zum Schutz von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen weist die geltende Regelung für die Bekämpfung der Betriebsspionage ebenfalls gewisse Lücken auf, deren Schließung im Interesse des Schutzes des betrieblichen Know-how geboten erscheint.

B. Lösung

Der Gesetzentwurf sieht daher im wesentlichen folgende Verbesserungen vor:

1. Erweiterung der Strafvorschrift gegen unwahre Werbeangaben (§ 4).
2. Einführung einer Strafvorschrift gegen die sogenannte progressive Kundenwerbung (§ 6 c).
3. Einführung eines Schadensersatzanspruchs für den durch unlautere Wettbewerbshandlungen zum Abschluß eines Vertrags bestimmten Abnehmer (§ 13 a Abs. 2).
4. Ein Rücktrittsrecht für den durch unwahre Werbeangaben zum Vertrag bestimmten Abnehmer (§ 13 b).
5. Neuregelung der Voraussetzungen der Klagebefugnis für Verbände, Einführung einer Verpflichtung zur vorherigen Registrierung (§ 13 Abs. 2 und 5).
6. Ausbau des bestehenden strafrechtlichen Schutzes von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen durch Einführung der Strafbarkeit schon des Ausspähens solcher Geheimnisse (Betriebsspionage, § 17 Abs. 2).
7. Verfahrensrechtliche Vorschläge (Streitwertherabsetzung, gerichtliche Zuständigkeit, Beteiligung der Kartellbehörden, Einigungsstellen für Wettbewerbsstreitigkeiten).

C. Alternative

Die Fraktion der CDU/CSU hat den Entwurf eines Neunten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb vorgelegt (Bundestags-Drucksache 8/1670), der zum Teil (Schadensersatzanspruch des Abnehmers, Streitwertherabsetzung) mit dem hier vorgelegten Entwurf übereinstimmt, darüber hinaus aber noch weitere Änderungen des Gesetzes vorschlägt.

D. Kosten

Dem Bund entstehen aus der Durchführung des Gesetzes jährliche Kosten von etwa 5000 DM, den Ländern jährliche Kosten von höchstens 22 000 DM je Land. Die den Ländern entstehenden Kosten werden weitgehend durch entsprechende Gebühren aufgefangen werden (Artikel 4).

Das Gesetz hat keine feststellbaren Auswirkungen auf Einzelpreise oder das Preisniveau.

Bundesrepublik Deutschland
Der Bundeskanzler
14 (13) — 411 02 — Un 14/78

Bonn, den 28. September 1978

An den Herrn
Präsidenten des Deutschen Bundestages

Hiermit übersende ich den von der Bundesregierung beschlossenen Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb mit Begründung und Vorblatt (Anlage 1).

Ich bitte, die Beschlußfassung des Deutschen Bundestages herbeizuführen.

Federführend ist der Bundesminister der Justiz.

Der Bundesrat hat in seiner 461. Sitzung am 7. Juli 1978 gemäß Artikel 76 Abs. 2 des Grundgesetzes beschlossen, zu dem Gesetzentwurf wie aus Anlage 2 ersichtlich Stellung zu nehmen.

Die Auffassung der Bundesregierung zu der Stellungnahme des Bundesrates ist in der Gegenäußerung (Anlage 3) dargelegt.

Schmidt

Anlage 1

Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb

Der Bundestag hat mit Zustimmung des Bundesrates das folgende Gesetz beschlossen:

Artikel 1

Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 43–1, veröffentlichten bereinigten Fassung, zuletzt geändert durch Artikel 14 des Gesetzes vom 10. März 1975 (BGBl. I S. 685), wird wie folgt geändert:

1. In § 1 werden die Worte „und Schadensersatz" gestrichen.

2. In § 3 wird das Wort „oder" nach den Worten „über den Anlaß oder den Zweck des Verkaufs" durch ein Komma ersetzt; nach den Worten „über die Menge der Vorräte" werden die Worte „oder die für die Beurteilung von Rechten maßgeblichen Umstände" eingefügt.

3. § 4 erhält folgende Fassung:

„§ 4

(1) Wer im geschäftlichen Verkehr in öffentlichen Bekanntmachungen oder in Mitteilungen, die für einen größeren Kreis von Personen bestimmt sind, über geschäftliche Verhältnisse (§ 3) unwahre Angaben macht, die für den Personenkreis, an den sie sich richten, für den Abschluß von Verträgen wesentlich sind, wird mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

(2) Die Verjährung der Strafverfolgung richtet sich nach den Vorschriften des Strafgesetzbuches auch dann, wenn die Tat durch Verbreiten von Druckschriften begangen wird."

4. Nach § 6 b wird folgender § 6 c eingefügt:

„§ 6 c

Wer es im geschäftlichen Verkehr selbst oder durch andere unternimmt, Nichtkaufleute zur Abnahme von Waren, gewerblichen Leistungen oder Rechten durch das Versprechen zu veranlassen, ihnen besondere Vorteile für den Fall zu gewähren, daß sie andere zum Abschluß gleichartiger Geschäfte veranlassen, denen ihrerseits nach der Art dieser Werbung derartige Vorteile für eine entsprechende Werbung weiterer Abnehmer gewährt werden sollen, wird mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft."

5. § 13 erhält folgende Fassung:

„§ 13

(1) Wer den §§ 4, 6, 6 c, 7 Abs. 1, §§ 8, 10, 12 zuwiderhandelt, kann auf Unterlassung in Anspruch genommen werden.

(2) In den Fällen der §§ 4, 6, 6 c, 7 Abs. 1, §§ 8 und 10 sowie in den Fällen der §§ 1, 3, 6 a und 6 b kann der Anspruch auf Unterlassung geltend gemacht werden

1. von Gewerbetreibenden, die Waren, gewerbliche Leistungen oder Rechte gleicher oder verwandter Art vertreiben,
2. von rechtsfähigen Verbänden zur Förderung gewerblicher Interessen,
3. von rechtsfähigen Verbänden, zu deren satzungsgemäßen Aufgaben es gehört, Zuwiderhandlungen gegen Vorschriften dieses Gesetzes im Interesse der Gewerbetreibenden durch Erhebung von Klagen entgegenzutreten, wenn sie in diesem Aufgabenbereich tätige Verbände oder mindestens fünf Gewerbetreibende als Mitglieder haben,
4. von rechtsfähigen Verbänden, zu deren satzungsgemäßen Aufgaben es gehört, die Interessen der Verbraucher durch Aufklärung und Beratung wahrzunehmen, wenn sie in diesem Aufgabenbereich tätige Verbände oder mindestens fünfundsiebzig natürliche Personen als Mitglieder haben. Im Falle des § 1 können diese Verbände den Anspruch auf Unterlassung nur geltend machen, soweit der Anspruch eine Handlung betrifft, durch die wesentliche Belange der Verbraucher berührt werden,
5. von den Industrie- und Handelskammern oder den Handwerkskammern.

(3) Im Falle des § 12 kann der Anspruch auf Unterlassung nur von den in Absatz 2 Nr. 1, 2, 3 und 5 genannten Gewerbetreibenden, Verbänden und Kammern geltend gemacht werden.

(4) Werden in den in Absatz 2 genannten Fällen die Zuwiderhandlungen in einem geschäftlichen Betrieb von einem Angestellten oder Beauftragten begangen, so ist der Unterlassungsanspruch auch gegen den Inhaber des Betriebs begründet.

(5) Die in Absatz 2 Nr. 2, 3 und 4 genannten Verbände können den in Absatz 2 genannten Unterlassungsanspruch nur geltend machen, wenn sie in einem von der Aufsichtsbehörde geführten Verzeichnis eingetragen sind. Aufsichts-

behörde ist der Präsident des Landgerichts, in dessen Bezirk der Verband seinen Sitz hat. Hat der Verband seinen Sitz im Bezirk eines Amtsgerichts, das einem Präsidenten unterstellt ist, so ist Aufsichtsbehörde der Amtsgerichtspräsident. Die Aufsichtsbehörde trägt den Verband ein, wenn er nachweist, daß er den auf ihn anwendbaren Voraussetzungen des Absatzes 2 Nr. 2, 3 oder 4 entspricht. Weist ein eingetragener Verband nach einer Aufforderung durch die Aufsichtsbehörde nicht nach, daß er diesen Voraussetzungen weiterhin entspricht, so löscht die Aufsichtsbehörde die Eintragung. Die Eintragung sowie die Löschung sind von der Aufsichtsbehörde im Bundesanzeiger bekanntzumachen."

6. Nach § 13 werden folgende §§ 13 a bis 13 c eingefügt:

„§ 13 a

(1) Wer vorsätzlich oder fahrlässig den §§ 1, 3, 4, 6 bis 6 c, 7 Abs. 1, §§ 8, 10, 12 zuwiderhandelt, ist den Gewerbetreibenden, gegen die sich die Zuwiderhandlung richtet oder die infolge der Zuwiderhandlung Nachteile im Wettbewerb erleiden, zum Ersatz des daraus entstandenen Schadens verpflichtet.

(2) Bei Zuwiderhandlungen nach Absatz 1 steht ein Ersatzanspruch auch dem gewerblichen Abnehmer oder dem letzten Verbraucher (Abnehmer) von Waren, gewerblichen Leistungen oder Rechten zu, sofern er durch die Zuwiderhandlung zur Abnahme bestimmt worden ist.

(3) Ist der Abnehmer durch eine unwahre Werbeangabe, die für den Personenkreis, an den sie sich richtet, für den Abschluß von Verträgen wesentlich ist (§ 4), zur Abnahme bestimmt worden, so kann er als Schaden den Unterschied zwischen dem gezahlten Preis und dem tatsächlichen Wert der Waren, Leistungen oder Rechte oder den Unterschied zwischen dem tatsächlichen Wert und dem Wert geltend machen, den die Waren, Leistungen oder Rechte nach dem Inhalt der Werbeangabe hätten haben müssen. Die Geltendmachung eines weiteren Schadens ist nicht ausgeschlossen.

(4) Gegen Redakteure, Verleger, Drucker oder Verbreiter von periodischen Druckschriften kann bei Zuwiderhandlungen gegen die §§ 3, 4 ein Ersatzanspruch nur geltend gemacht werden, wenn sie wußten, daß die von ihnen veröffentlichten Angaben irreführend (§ 3) oder unwahr (§ 4) waren.

§ 13 b

(1) Ist der Abnehmer durch eine unwahre Werbeangabe, die für den Personenkreis, an den sie sich richtet, für den Abschluß von Verträgen wesentlich ist (§ 4), zur Abnahme bestimmt worden, so kann er von dem Vertrag zurücktreten. Geht die Werbung mit der Angabe von einem Dritten aus, so steht dem Abnehmer das Rücktrittsrecht nur dann zu, wenn der andere Vertragsteil die Unwahrheit der Angabe kannte oder kennen mußte oder an der Werbung mit dieser Angabe durch eigene Maßnahmen beteiligt war.

(2) Der Rücktritt muß dem anderen Vertragsteil gegenüber unverzüglich erklärt werden, nachdem der Abnehmer von den Umständen Kenntnis erlangt hat, die sein Rücktrittsrecht begründen. Das Rücktrittsrecht erlischt, wenn der Rücktritt nicht vor dem Ablauf von sechs Monaten nach dem Abschluß des Vertrages erklärt wird. Es kann nicht im voraus abbedungen werden.

(3) Die Folgen des Rücktritts bestimmen sich bei beweglichen Sachen nach § 1 d Abs. 1, 3, 4 und 5 des Gesetzes betreffend die Abzahlungsgeschäfte. Der Rücktritt schließt die Geltendmachung eines Ersatzanspruchs nach § 13 a Abs. 3 Satz 1 aus. Die Geltendmachung eines weiteren Schadens ist nicht ausgeschlossen.

§ 13 c

(1) Die nach § 13 Abs. 5 eingetragenen Verbände bedürfen der Erlaubnis zur Besorgung fremder Rechtsangelegenheiten nach Artikel 1 § 1 des Rechtsberatungsgesetzes nicht, soweit sie im Rahmen ihrer satzungsgemäßen Aufgaben Ersatzansprüche von Abnehmern nach § 13 a Abs. 2 und 3, die an sie abgetreten worden sind, geltend machen.

(2) Die Abtretung an den Verband bedarf der Schriftform. Der Abnehmer kann bis zur Einreichung der Klage die Rückübertragung seines Anspruchs verlangen.

(3) Der Verband ist verpflichtet, den durch die Geltendmachung nach Absatz 1 erlangten Ersatzbetrag nach Abzug seiner der Geltendmachung unmittelbar zurechenbaren Unkosten an die ersatzberechtigten Abnehmer auszuschütten. Im übrigen steht dem Verband ein Anspruch auf Erstattung von Aufwendungen gegen die Abnehmer nicht zu. Der Verband ist zur jährlichen Rechnungslegung gegenüber der Aufsichtsbehörde (§ 13 Abs. 5) verpflichtet.

(4) Die in Absatz 1 genannten Verbände dürfen die Öffentlichkeit nur im sachlich gebotenen Umfang und in sachlicher Form über die Geltendmachung nach Absatz 1 unter Hinweis auf die für andere Abnehmer bestehende Möglichkeit zur Abtretung auch ihrer Ansprüche unterrichten.

(5) Handelt der Verband den Verpflichtungen nach Absatz 3 Satz 1 und 3 oder nach Absatz 4 zuwider, so kann die Aufsichtsbehörde ihm die Geltendmachung nach Absatz 1 untersagen. Die Untersagung ist im Verzeichnis (§ 13 Abs. 5) einzutragen."

7. In § 14 Abs. 3 wird die Angabe „§ 13 Abs. 3" durch die Angabe „§ 13 Abs. 4" ersetzt.

8. § 15 Abs. 2 wird gestrichen.

9. § 17 wird wie folgt geändert:

   a) In Absatz 1 werden nach den Worten „oder aus Eigennutz" die Worte „oder zugunsten eines Dritten" eingefügt.

   b) Absatz 2 erhält folgende Fassung:

      „(2) Ebenso wird bestraft, wer zu Zwecken des Wettbewerbs oder aus Eigennutz oder zugunsten eines Dritten oder in der Absicht, dem Inhaber des Geschäftsbetriebs Schaden zuzufügen,

      1. sich die Kenntnis von einem Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis durch
         a) heimliche Anwendung technischer Mittel,
         b) heimliche Herstellung einer verkörperten Wiedergabe des Geheimnisses oder
         c) Wegnahme einer verkörperten Wiedergabe

         unbefugt verschafft oder

      2. ein Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis, dessen Kenntnis er durch eine der in Absatz 1 bezeichneten Mitteilungen oder durch eine eigene oder fremde Handlung nach Nummer 1 erlangt oder sich sonst unbefugt verschafft hat, unbefugt verwertet oder jemandem mitteilt."

   c) Folgender neuer Absatz 5 wird angefügt:

      „(5) In den Fällen des Absatzes 2 Nr. 1 kann das Gericht die Strafe nach seinem Ermessen mildern (§ 49 Abs. 2 des Strafgesetzbuches) oder von einer Bestrafung absehen, wenn der Täter freiwillig

      1. sein Vorhaben aufgibt und die von ihm verursachte Gefahr, daß andere das Vorhaben weiter ausführen, abwendet oder wesentlich mindert oder den Erfolg seines Vorhabens verhindert und
      2. eine verkörperte Wiedergabe des Geheimnisses, soweit sie vorhanden ist, dem Inhaber des Betriebs abliefert oder ihm ihr Vorhandensein anzeigt.

      Wird ohne Zutun des Täters die Gefahr, daß andere das Vorhaben weiter ausführen, abgewendet oder der Erfolg des Vorhabens verhindert, so genügt an Stelle der Voraussetzungen des Satzes 1 Nr. 1 das freiwillige und ernsthafte Bemühen des Täters, dieses Ziel zu erreichen."

10. In § 20 wird folgender Absatz 3 angefügt:

    „(3) In den Fällen des Absatzes 1 und 2 ist § 31 des Strafgesetzbuches entsprechend anzuwenden."

11. § 22 erhält folgende Fassung:

    „§ 22

    (1) Die Tat wird, mit Ausnahme der in den §§ 4 und 6 c bezeichneten Fälle, nur auf Antrag verfolgt. Dies gilt in den Fällen der §§ 17, 18 und 20 nicht, wenn die Strafverfolgungsbehörde wegen des besonderen öffentlichen Interesses an der Strafverfolgung, insbesondere weil ein volkswirtschaftlich erheblicher Schaden droht oder eingetreten ist oder weil die Tat Teil eines gegen mehrere Unternehmen gerichteten Plans zur Ausspähung von Geschäfts- oder Betriebsgeheimnissen ist, ein Einschreiten von Amts wegen für geboten hält. In den Fällen des § 12 haben das Recht, den Strafantrag zu stellen, die in § 13 Abs. 2 Nr. 1 und 5 genannten Gewerbetreibenden und Kammern sowie die in § 13 Abs. 2 Nr. 2 und 3 genannten und nach § 13 Abs. 5 eingetragenen Verbände.

    (2) Wegen einer Straftat nach den §§ 4 und 6 c sind neben dem Verletzten (§ 374 Abs. 1 Nr. 7 der Strafprozeßordnung) die in § 13 Abs. 2 Nr. 1 und 5 genannten Gewerbetreibenden und Kammern sowie die nach § 13 Abs. 5 eingetragenen Verbände zur Privatklage berechtigt. Wegen einer Straftat nach § 12 sind neben dem Verletzten die in Absatz 1 Satz 3 bezeichneten Gewerbetreibenden, Kammern und Verbände zur Privatklage berechtigt."

12. § 23 a wird wie folgt geändert:

    a) Folgender neuer Absatz 2 wird eingefügt:

       „(2) Bei der Bestimmung der wirtschaftlichen Lage eines nach § 13 Abs. 5 eingetragenen Verbandes nach Absatz 1 Satz 1 sind die Belastungen zu berücksichtigen, die sich aus der Klagetätigkeit des Verbandes insgesamt ergeben. Zuwendungen der öffentlichen Hand bleiben unberücksichtigt. Beruhen die Einnahmen des Verbandes ausschließlich auf Zuwendungen der öffentlichen Hand, so ist der in Absatz 1 Satz 1 genannte Teil des Streitwerts regelmäßig auf 5000 Deutsche Mark anzunehmen. Er kann nach Lage des Falles niedriger oder höher angenommen werden."

    b) Der bisherige Absatz 2 wird Absatz 3.

13. § 27 wird § 26. Absatz 1 der Vorschrift erhält folgende Fassung:

    „(1) Für bürgerliche Rechtsstreitigkeiten, in denen ein Anspruch auf Grund dieses Gesetzes geltend gemacht wird, sind die Landgerichte ohne Rücksicht auf den Streitwert ausschließlich zuständig. Rechtsstreitigkeiten wegen einer Wettbewerbshandlung, die nicht den geschäftlichen Verkehr mit dem letzten Verbraucher betrifft, gehören vor die Kammern für Handelssachen."

14. Als § 27 wird folgende Vorschrift eingefügt:

„§ 27

(1) Das Gericht kann das Bundeskartellamt über bürgerliche Rechtsstreitigkeiten unterrichten, in denen durch die Klage ein Anspruch wegen einer gegen die guten Sitten verstoßenden Behinderung oder unterschiedlichen Behandlung oder wegen sonstiger Handlungen zu Zwecken des Wettbewerbs geltend gemacht wird, auf die Vorschriften sowohl dieses Gesetzes als auch des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen, insbesondere dessen §§ 22, 26 oder 28, Anwendung finden können. Das Gericht hat das Bundeskartellamt über Rechtsstreitigkeiten dieser Art zu unterrichten, wenn das Bundeskartellamt dies beantragt. Das Gericht hat dem Bundeskartellamt auf Verlangen Abschriften von allen Schriftsätzen, Protokollen, Verfügungen und Entscheidungen zu übersenden.

(2) Das Bundeskartellamt kann in Rechtsstreitigkeiten der in Absatz 1 Satz 1 bezeichneten Art dem Gericht gegenüber schriftliche Erklärungen abgeben, den Terminen beiwohnen und in ihnen Ausführungen machen. Schriftliche Erklärungen des Bundeskartellamtes sind den Parteien von dem Gericht mitzuteilen.

(3) Reicht die Bedeutung des Rechtsstreits nicht über das Gebiet eines Landes hinaus, so tritt im Rahmen des Absatzes 1 Satz 2 und 3 und des Absatzes 2 die oberste Landesbehörde an die Stelle des Bundeskartellamtes."

15. § 27 a wird wie folgt geändert:

a) Absatz 1 erhält folgende Fassung:

„(1) Die Landesregierungen errichten bei Industrie- und Handelskammern Einigungsstellen zur Beilegung von bürgerlichen Rechtsstreitigkeiten, in denen ein Anspruch auf Grund dieses Gesetzes geltend gemacht wird (Einigungsstellen)."

b) Absatz 2 Satz 1 erhält folgende Fassung:

„(2) Die Einigungsstellen sind für den Fall ihrer Anrufung durch einen letzten Verbraucher oder einen nach § 13 Abs. 5 eingetragenen Verbraucherverband mit einem Rechtskundigen, der die Befähigung zum Richteramt nach dem Deutschen Richtergesetz hat, als Vorsitzendem und einer gleichen Anzahl von Gewerbetreibenden und Verbrauchern als Beisitzern, im übrigen mit dem Vorsitzenden und mindestens zwei Gewerbetreibenden als Beisitzern zu besetzen."

c) In Absatz 3 Satz 1 und 2 wird die Angabe „aus § 13" durch die Angabe „aus den §§ 13 bis 13 b" ersetzt.

d) In Absatz 11 wird folgender Satz 2 angefügt:

„Bei der Besetzung der Einigungsstellen sind die Vorschläge von nach § 13 Abs. 5 eingetragenen Verbraucherverbänden zur Bestimmung der in Absatz 2 Satz 1 genannten Verbraucher zu berücksichtigen."

Artikel 2

Die Strafprozeßordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 7. Januar 1975 (BGBl. I S. 129), zuletzt geändert durch Artikel 3 des Gesetzes vom 31. Mai 1978 (BGBl. I S. 641), wird wie folgt geändert:

In § 374 Abs. 1 Nr. 7 wird nach der Angabe „4" die Angabe „6 c," eingefügt.

Artikel 3

Das Gerichtsverfassungsgesetz in der Fassung vom 9. Mai 1975 (BGBl. I S. 1077), zuletzt geändert durch Gesetz vom 3. Dezember 1976 (BGBl. I S. 3281), wird wie folgt geändert:

§ 95 Abs. 1 Nr. 5 erhält folgende Fassung:

„5. auf Grund des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb wegen einer Wettbewerbshandlung, die nicht den geschäftlichen Verkehr mit dem letzten Verbraucher betrifft;"

Artikel 4

Die Verordnung über Kosten im Bereich der Justizverwaltung vom 14. Februar 1940 in der im Bundesgesetzblatt III, Gliederungsnummer 363-1, veröffentlichten bereinigten Fassung, zuletzt geändert durch Gesetz vom 16. März 1976 (BGBl. I S. 581), wird wie folgt geändert:

1. § 1 Abs. 2 erhält folgende Fassung:

„(2) Die §§ 10, 13 und die Nummer 5 des Gebührenverzeichnisses sind auch dann anzuwenden, wenn Kosten in Justizverwaltungsangelegenheiten von Justizbehörden der Länder erhoben werden."

2. Das Gebührenverzeichnis wird wie folgt geändert:

a) Nach der Nummer 4 wird folgende Nummer 5 eingefügt:

Nr.	Gegenstand	Gebühren
„5	Maßnahmen nach dem UWG	
	a) Eintragung nach § 13 Abs. 5 UWG	100 bis 1000 DM
	b) Prüfung der Rechnungslegung nach § 13 c Abs. 3 UWG	100 bis 5000 DM"

b) Die bisherigen Nummern 5 und 6 werden Nummern 6 und 7.

Artikel 5

Dieses Gesetz gilt nach Maßgabe des § 13 Abs. 1 des Dritten Überleitungsgesetzes auch im Land Berlin.

Artikel 6

Dieses Gesetz tritt am ..... in Kraft.

Begründung

A. Allgemeines

1. Mit dem Gesetzentwurf verfolgt die Bundesregierung in erster Linie das Ziel, die Möglichkeiten der Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs im Interesse nicht nur der Gewerbetreibenden, sondern vor allem auch der Verbraucher im Bereich der Sanktionen des Gesetzes und seiner verfahrensrechtlichen Vorschriften weiter zu verbessern. Der Entwurf sieht insoweit folgende Maßnahmen vor:

   a) Das strafrechtliche Verbot unwahrer Werbeangaben (§ 4) soll künftig über die absichtliche Begehung hinaus auch die einfache vorsätzliche Begehung erfassen, weil auch sie ein strafwürdiges Unrecht darstellt (unten B. II).

   b) Bei einem Verstoß gegen bestimmte Verbote des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb soll künftig nicht nur den Mitbewerbern, sondern auch den dadurch zum Vertragsabschluß bestimmten gewerblichen Abnehmern oder Verbrauchern (Abnehmern) ein Schadensersatzanspruch zustehen (§ 13 a Abs. 2). Abgetretene Ersatzansprüche sollen von den Verbänden der Gewerbetreibenden und der Verbraucher gebündelt im Klagewege geltend gemacht werden können (§ 13 c; unten B. IV).

   c) Dem durch unwahre Werbeangaben (§ 4) zum Vertragsabschluß bestimmten Abnehmer soll ferner ein befristetes Rücktrittsrecht gewährt werden, das eine rasche Beseitigung der Folgen dieser Werbung ermöglichen soll (§ 13 b; unten B. IV).

   d) In verfahrensrechtlicher Hinsicht soll das Ziel des Gesetzentwurfs durch folgende fünf Maßnahmen erreicht werden:

      1. Das Klagerecht der gewerblichen Verbände zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs sowie das Klagerecht der Verbraucherverbände soll nach dem Vorbild der für Verbraucherverbände geltenden entsprechenden Bestimmung des AGB-Gesetzes von der Erfüllung bestimmter sachlicher und die Zahl und Art der Mitglieder betreffender Mindestvoraussetzungen und außerdem von einer vorherigen Registrierung des Verbandes bei dem für ihn zuständigen Land- oder Amtsgerichtspräsidenten abhängig gemacht werden, um einem Mißbrauch der Klagerechte der Verbände zu begegnen (§ 13 Abs. 2 Nr. 3 und 4, Abs. 5; unten B. IV).

      2. Für die Möglichkeit der Streitwertherabsetzung (§ 23 a) soll klargestellt werden, daß Zuschüsse aus öffentlichen Mitteln bei der für die Herabsetzung erforderlichen Beurteilung der wirtschaftlichen Lage eines klageberechtigten Verbandes unberücksichtigt bleiben und daß andererseits die sich aus der Klagetätigkeit des Verbandes insgesamt ergebenden Belastungen berücksichtigt werden müssen. Für Klagen von Verbänden, deren Einnahmen ausschließlich aus Zuwendungen der öffentlichen Hand bestehen, wird ein relativer Regelstreitwert von 5000 DM festgesetzt (unten B. VI).

      3. Für Klagen nach dem UWG sollen die Landgerichte ausschließlich zuständig sein, um eine einheitliche Auslegung zu gewährleisten (§ 26; unten B. VI).

      4. Die bei den Industrie- und Handelskammern bestehenden Einigungsstellen zur Beilegung von Wettbewerbsstreitigkeiten in der gewerblichen Wirtschaft (§ 27 a) sollen künftig auch im Vorfeld möglicher Rechtsstreitigkeiten tätig werden können, an denen Verbraucher oder Verbraucherverbände beteiligt sind. Sie sollen in solchen Fällen auch mit Verbrauchern besetzt sein (unten B. VI).

      5. Nach dem Vorbild des § 90 GWB sollen die in UWG-Streitsachen tätigen Zivilgerichte künftig die Möglichkeit haben, die Kartellbehörden zu unterrichten, wenn eine Anwendung sowohl von Vorschriften des UWG als auch von Bestimmungen des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen in Betracht kommt (unten B. VI).

2. Der Gesetzentwurf sieht ferner zwei Änderungen des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb vor, deren Schwerpunkt im materiellen Recht liegt und für die sich in der Praxis ein besonderes Bedürfnis ergeben hat:

   a) Bestimmte Formen der progressiven Kundenwerbung (Schneeballsystem und ähnliche Vertriebssysteme) sollen künftig durch eine besondere Strafvorschrift (§ 6 c) untersagt werden (unten B. III).

   b) Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse sollen künftig nicht nur gegen den Verrat durch Unternehmensangehörige und gegen die Verwertung unerlaubt erlangter Geheimnisse, sondern schon gegen bestimmte Formen des Ausspähens (Betriebsspionage) geschützt werden (§ 17 Abs. 2; unten B. V).

3. Mit den vorgeschlagenen Regelungen greift der Entwurf zu einem erheblichen Teil Empfehlungen und Anregungen der Sachverständigenkommis-

sion zur Bekämpfung der Wirtschaftskriminalität — Reform des Wirtschaftsstrafrechts — beim Bundesminister der Justiz sowie des Verbraucherbeirats beim Bundesminister für Wirtschaft auf.

4. Die Bundesregierung hat bei der Auswahl der in Betracht kommenden Regelungen den Stand der Arbeiten an einer EWG-Rechtsangleichung im Bereich des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb berücksichtigt. Sie hat daher keine Regelungen für Teilbereiche dieses Rechtsgebiets vorgesehen, die bereits in einem von der EG-Kommission vorgelegten Entwurf einer Richtlinie des Rates zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über irreführende und unlautere Werbung enthalten sind. Diese Richtlinie befaßt sich mit der täuschenden oder aus anderen Gründen unlauteren Werbung. Sie sieht u. a. auch eine Regelung zur Zulässigkeit der vergleichenden Werbung vor. Es erscheint der Bundesregierung nicht zweckmäßig, den Regelungen des Richtlinien-Entwurfs durch eine ausdrückliche deutsche Regelung vorzugreifen.

5. Das Gesetz hat Ausgaben für den Bundeshaushalt zur Folge, weil es dem Bundeskartellamt in Artikel 1 Nr. 14 (§ 27) eine neue Aufgabe zuweist. Die dadurch entstehenden Kosten werden auf einen jährlichen Betrag von 5000 DM geschätzt, der dem Betrag der Kosten entspricht, die dem Kartellamt durch die Wahrnehmung seiner entsprechenden Aufgabe im Kartellrecht (§ 90 GWB) entstehen. Die geschätzte Höhe dieses Betrages beruht auf der Überlegung, daß die Zahl der für eine Beteiligung des Kartellamtes in Betracht kommenden UWG-Streitsachen zwar größer sein wird als die Zahl der in § 90 GWB genannten Kartellstreitsachen, daß aber die UWG-Gerichte, anders als die Kartellgerichte, nicht zur Unterrichtung verpflichtet sein sollen (Kann-Vorschrift).

   Für die Haushalte der Länder wirkt sich das neu vorgesehene Beteiligungsrecht nach § 27 ebenfalls in geringem Umfang kostenmäßig aus. Eine Schätzung dieses Betrags ist deswegen schwierig, weil der Anteil der in § 27 Abs. 3 genannten Fälle an den für die Beteiligung insgesamt in Betracht kommenden Fällen nicht bekannt ist und außerdem nicht vorhersehbar ist, wie häufig die Landeskartellbehörden von ihrem Beteiligungsrecht Gebrauch machen werden. Im Hinblick auf die für die Belastung des Bundeskartellamtes angenommenen Kosten ist jedoch davon auszugehen, daß die entsprechenden Kosten bei den Landeskartellbehörden einen jährlichen Betrag von 1000 DM je Land nicht übersteigen werden. Welche Kosten die Unterrichtung des Bundeskartellamtes oder der Landeskartellbehörden für die Gerichte mit sich bringen wird, läßt sich ebenfalls im Hinblick auf den Charakter der Bestimmung als Kann-Vorschrift schwer abschätzen. Es ist jedoch zu erwarten, daß auch diese Kosten je Land einen jährlichen Betrag von 1000 DM nicht übersteigen werden.

   Für die Haushalte der Länder haben kostenmäßige Auswirkungen ferner: die in § 13 Abs. 5 vorgesehene Registrierung, die in § 13c Abs. 3 vorgesehene Prüfung der jährlichen Rechnungslegung und die in § 13c Abs. 5 vorgesehene Möglichkeit eines Entzugs der Befugnis zur gebündelten Geltendmachung. Die dadurch entstehenden Kosten, die je Land einen jährlichen Betrag von 20 000 DM nicht übersteigen dürften, sollen jedoch durch entsprechende Gebühren aufgefangen werden (Artikel 4).

   Das Gesetz hat keine feststellbaren Auswirkungen auf Einzelpreise oder das Preisniveau.

B. Zu den Vorschriften des Entwurfs

Zur Begründung des Artikels 1 Nr. 1 siehe unten B. IV 11 a.

I. Zur Erweiterung des zivilrechtlichen Verbots irreführender Werbeangaben in § 3 (Artikel 1 Nr. 2)

Durch die Einfügung der für die Beurteilung von Rechten maßgeblichen Umstände in die beispielhafte Aufzählung der „geschäftlichen Verhältnisse" in § 3 soll, auch im Hinblick auf den auf diese Aufzählung nunmehr verweisenden § 4 (Nr. 3), klargestellt werden, daß das zivil- und das strafrechtliche Verbot irreführender oder unwahrer Werbeangaben auch für den Handel mit Beteiligungen, Anteilen u. ä. gilt, soweit sie selbst Gegenstand des Geschäftsverkehrs sind oder im Zusammenhang mit dem Vertrieb von Waren, gewerblichen Leistungen oder anderen Rechten für die Entscheidung zum Vertragsabschluß selbständige Bedeutung haben. Die Formulierung lehnt sich an § 3 Abs. 5 und § 7 Abs. 1 des von der Bundesregierung vorgeschlagenen Gesetzes über den Vertrieb von Anteilen an Vermögensanlagen (Bundestags-Drucksache 8/1405) an.

II. Zur Erweiterung der Strafvorschrift gegen unwahre Werbeangaben (Artikel 1 Nr. 3)

1. Geltendes Recht

Nach § 4 macht sich strafbar, wer in einer öffentlichkeitsbezogenen Werbung über geschäftliche Verhältnisse, wie etwa über die Beschaffenheit, den Preis oder die Herkunft einer Ware, unwahre und zur Irreführung geeignete Angaben macht.

Die Strafbarkeit setzt dabei nach dem Wortlaut des Tatbestandes voraus, daß der Täter hinsichtlich der Unwahrheit der Angabe und ihrer Eignung zur Irreführung „wissentlich" gehandelt hat. Außerdem muß der Täter „in der Absicht" gehandelt haben, „den Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorzurufen".

2. Nachteile der geltenden Fassung

Die Vorschrift ist in den genannten subjektiven Voraussetzungen teilweise unklar und wird in der Sache

der Aufgabe eines wirksamen Schutzes der Verbraucher vor schwerwiegenden Verstößen gegen das Wahrheitsgebot im Wettbewerb nicht gerecht. Sie stammt aus dem ersten deutschen Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb vom 27. Mai 1896 und gilt seitdem, von der Änderung der Strafdrohung durch das Einführungsgesetz zum Strafgesetzbuch vom 2. März 1974 (BGBl. I S. 469) abgesehen, praktisch unverändert.

Die Vorschrift ist insoweit unklar, als sie die Absicht, den Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorzurufen, fordert. In der Praxis wird dieses Erfordernis nicht selten dahin mißverstanden, daß mit der Werbeangabe nach der Vorstellung des Täters außerordentliche Vorteile angekündigt werden müßten. Schon die Rechtsprechung des Reichsgerichts hat jedoch klargestellt, daß die Absicht des Werbenden nur dahin gehen muß, „durch das Mittel der unwahren Angaben die (möglicherweise vorhandenen) Vorteile des Angebots in den Augen des Publikums besonders in die Erscheinung treten zu lassen und es so zum Kaufe bei ihm zu bewegen" (RGSt 47, 280/281), daß außerordentliche Vorteile nicht in Aussicht gestellt zu werden brauchen und daß es belanglos ist, ob das Angebot aus den angegebenen oder aus anderen Gründen tatsächlich günstig ist (RGSt 63, 120/121). Wesentlich ist daher nur, daß die Angaben zu Zwecken des Wettbewerbs gemacht werden (RGSt 63, a. a. O.). Die bloße Übernahme einer vertraglichen Verpflichtung, ohne daß diese werbemäßig herausgestellt wird, soll nicht genügen (BGH, NJW 1978, 173 f.). Da die Vorschriften des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb aber ohnehin ein Handeln im Rahmen wettbewerblicher Tätigkeit voraussetzen, kann bei § 4 auf das mißverständliche Absichtsmerkmal verzichtet werden, ohne daß dies eine sachliche Änderung zur Folge hätte. Einen entsprechenden Schritt hat der Gesetzgeber bereits im Jahre 1969 bei § 3 vollzogen, als er das Erfordernis „unrichtiger Angaben, die geeignet sind, den Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorzurufen", durch das moderner formulierte Erfordernis der „irreführenden Angaben" ersetzt hat.

Die Vorschrift des § 4 ist aber darüber hinaus in der Sache insofern unbefriedigend, als sie hinsichtlich der Unwahrheit der Angabe und ihrer Eignung zur Irreführung Wissentlichkeit voraussetzt. Das Reichsgericht hat für dieses Merkmal zwar schon den bedingten Vorsatz (dolus eventualis) genügen lassen (RG vom 29. Januar 1907, JW 1907, 565; RGSt 47, 161/163), wenn diese Auffassung auch nicht unbestritten geblieben ist. Nach der heutigen strafrechtlichen Terminologie bedeutet Wissentlichkeit aber eindeutig direkten Vorsatz. Dementsprechend wird § 4 heute nicht angewendet, wenn der Werbende zwar nicht bewußt irreführend geworben hat, aber damit gerechnet hat, daß die von ihm gemachte Angabe unwahr und zur Irreführung geeignet war, und dies auch billigend in Kauf genommen hat. Im Hinblick auf die heute gefestigte strafrechtliche Terminologie muß somit in der Sache hinter die Praxis des Reichsgerichts zurückgegangen werden. Dies ist deswegen unbefriedigend, weil der bedingt vorsätzlich handelnde Täter nach den allgemeinen Wertungen des Strafrechts grundsätzlich ebenso strafwürdig ist wie der mit direktem Vorsatz handelnde. Auch bei der dem § 4 verwandten Vorschrift des Betrugs (§ 263 StGB) ist es ausreichend, wenn der Täter hinsichtlich der objektiven Tatbestandsmerkmale mit bedingtem Vorsatz gehandelt hat. Da ein direkter Vorsatz dem Werbenden nur in seltenen Fällen nachzuweisen ist, ist § 4 im übrigen nach der übereinstimmenden Erfahrung der Staatsanwaltschaften praktisch unanwendbar.

3. *Vorgeschlagene Änderungen*

Die Bundesregierung hatte deshalb bereits im Entwurf eines Einführungsgesetzes zum Strafgesetzbuch in der 6. und 7. Wahlperiode des Deutschen Bundestages eine Änderung des § 4 vorgeschlagen (Bundestags-Drucksache 6/3250; Bundestags-Drucksache 7/550, S. 109, 390 ff.) und unter Auswertung der Strafverfolgungsstatistik eingehend begründet. Dieser Vorschlag, der eine Strafbarkeit auch der nur mit einfachem Vorsatz begangenen Zuwiderhandlung sowie im objektiven Tatbestand eine Übernahme der Fassung des § 3 (teilweise durch Verweisung) zum Gegenstand hatte, konnte jedoch wegen der besonderen Eilbedürftigkeit des EGStGB seinerzeit nicht verwirklicht werden. Die Bundesregierung hat die damals vorgeschlagene Fassung unter Berücksichtigung von Empfehlungen der Sachverständigenkommission Wirtschaftskriminalität sowie von Stellungnahmen der interessierten Öffentlichkeit erneut überprüft. Sie ist zu der Auffassung gelangt, daß die erforderliche Erweiterung des subjektiven Tatbestandes der Vorschrift auf die Fälle des einfachen Vorsatzes, einschließlich des bedingten Vorsatzes, mit einer gewissen Eingrenzung des objektiven Tatbestandes verbunden werden sollte.

Eine Eingrenzung erscheint ihr im Hinblick auf die weite Auslegung erforderlich, die die Rechtsprechung dem zivilrechtlichen Verbot des § 3 mit Recht gegeben hat. Danach können auch Angaben über Umstände unzulässig sein, die, obwohl sie für die Kaufentscheidung des Käufers Bedeutung gewinnen können, doch nur mittelbar für die Qualität, den Preis oder den Wert der Waren erheblich sind, etwa bestimmte Angaben über das Alter und die Größe des werbenden Unternehmens. Es genügt, daß derartige Angaben für die Kaufentscheidung „irgendwie" von Bedeutung sind (BGH vom 31. Mai 1960, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 1960, 563/565 — Sektwerbung, und BGH vom 7. Januar 1970, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 1970, 311/312 — Samos). Diese im Interesse des Verbrauchers zu begrüßende Rechtsentwicklung kann aus Gründen der Rechtssicherheit für den Straftatbestand des § 4 nicht in vollem Umfang übernommen werden. Es soll daher künftig darauf abgestellt werden, ob die Angabe ihrem Inhalt nach für den Kaufentschluß der Abnehmer „wesentlich" ist. Dieses neue Merkmal der „Wesentlichkeit", das der Rechtssprache in vergleichbarem Zusammenhang (§ 119 Abs. 2 BGB) bereits bekannt ist und auch im Alternativentwurf eines Strafgesetzbuches (§ 177) vorgeschlagen worden ist, hat in allen Anwendungsfällen der Vorschrift selbständige Bedeutung, ergibt sich also nicht schon daraus, daß einer der in § 3 genannten Beispielsfälle für geschäftliche Verhältnisse gegeben ist.

Im Interesse einer besseren Lesbarkeit der Vorschrift soll außerdem die beispielhafte Aufzählung der möglichen Inhalte von Werbeangaben (der „geschäftlichen Verhältnisse") durch eine Bezugnahme auf die übereinstimmende Aufzählung in § 3 ersetzt werden. Damit wird auch auf den in § 3 neu eingefügten Beispielsfall von Angaben über die für die Beurteilung von Rechten maßgeblichen Umstände Bezug genommen.

4. *Beibehaltung des Merkmals der Unwahrheit der Angabe*

Der Entwurf sieht jedoch davon ab, entsprechend dem Entwurf eines EGStGB die Ersetzung des Erfordernisses der „unwahren und zur Irreführung geeigneten Angaben" durch die in § 3 enthaltene Formulierung „irreführende Angaben" vorzuschlagen. Zwar ist durch die Novelle von 1969 in § 3 die alte und schwer verständliche Formulierung „unrichtige Angaben, die geeignet sind, den Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorzurufen", durch die auch in anderen Rechtsbereichen verwendete modernere Fassung „irreführende Angaben" ersetzt worden, ohne daß sich daraus für die praktische Anwendung eine Änderung ergeben hätte. Außerdem entspricht es der ständigen Rechtsprechung schon des Reichsgerichts, daß das Merkmal der „Unwahrheit" der Angabe aus der Sicht der von der Werbung angesprochenen Kunden und ihres Verständnisses anzuwenden ist (RGSt 40, 439/440; 41, 161/162; 47, 161/163), also aus dem Blickwinkel, der auch bei § 3 maßgeblich ist. Andererseits macht das Merkmal der Unwahrheit aber deutlich, daß insbesondere bei der Strafvorschrift des § 4 nicht jede durch eine Werbeangabe ausgelöste Erwartung eines Teils der angesprochenen Kunden dem Werbenden als Inhalt seiner Werbeangabe zugerechnet werden kann, weil mit dem Begriff der Wahrheit an einen breiteren Konsens über die Auslegung einer Erklärung und den Vergleich mit der Wirklichkeit angeknüpft wird. Dementsprechend hat das Reichsgericht bei der Auslegung des § 4 entscheidend auf die „Durchschnittsauffassung des Publikums, für das (die Angabe) bestimmt ist", abgestellt, die sich regelmäßig, allerdings keineswegs immer, am Wortsinn der Angabe orientiere (RGSt 40, 439/440). Deswegen erscheint es der Bundesregierung zweckmäßig, am Merkmal der Unwahrheit der Angabe festzuhalten.

Entbehrlich ist dagegen im Hinblick auf das neu eingefügte Merkmal der Wesentlichkeit der Angabe für den Vertragsabschluß die allgemeinere Formulierung „zur Irreführung geeignet". Das Merkmal der Wesentlichkeit für den Personenkreis, an den sich die Angabe richtet, macht hinreichend deutlich, daß die „Unwahrheit" der Angabe weiterhin aus der Sicht der angesprochenen Verkehrskreise zu bestimmen ist.

5. *Beibehaltung des § 5 Abs. 1*

Der Entwurf eines EGStGB hatte im Zusammenhang mit der Änderung des § 4 eine Streichung der Parallelvorschrift des § 26 des Warenzeichengesetzes und eine Übernahme des damit wegfallenden § 26 Abs. 2 WZG (Umwandlung geographischer Herkunftsangaben in Warennamen oder Beschaffenheitsangaben) in § 5 Abs. 1 vorgesehen. Die Bundesregierung hält es für zweckmäßig, diese im wesentlichen redaktionelle Folgeänderung einer im Zusammenhang mit der EG-Rechtsangleichung erforderlich werdenden Änderung des UWG vorzubehalten. Sie geht dabei davon aus, daß die modernere Fassung des § 26 Abs. 2 WZG schon heute bei der Auslegung des § 5 Abs. 1 beachtet wird (BGH vom 9. Dezember 1964, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 1965, 317/318 — Kölnisch Wasser).

6. *Zu Artikel 1 Nr. 3 im einzelnen*

a) Die Beschränkung der Strafvorschrift des § 4 auf die unwahren Angaben, die „in öffentlichen Bekanntmachungen oder in Mitteilungen" gemacht werden, „die für einen größeren Kreis von Personen bestimmt sind" (öffentliche Werbung), ist im Hinblick auf den eine Strafdrohung nicht rechtfertigenden geringeren Unrechtsgehalt der Individualtäuschung beibehalten worden. Den vom Bundesrat in seiner Stellungnahme zum Einführungsgesetz zum Strafgesetzbuch geäußerten Bedenken, es könnten strafwürdige Fälle der seit der Gesetzesnovelle 1969 dem zivilrechtlichen Verbot irreführender Werbeangaben (§ 3) unterworfenen irreführenden Werbeangaben gegenüber einzelnen Verbrauchern wegen dieses Merkmals durch § 4 nicht erfaßt werden, ist dadurch Rechnung getragen, daß nach der Rechtsprechung Angaben, die in gleichbleibender Form nach und nach an einen größeren Kreis gerichtet werden, von § 4 erfaßt werden (BGH vom 15. Dezember 1971, BGHSt 24, 272).

b) Da der Tatbestand des § 4 Abs. 1 künftig keine Regelungen über den subjektiven Tatbestand enthält, ist nur vorsätzliches Handeln, einschließlich des bedingt vorsätzlichen Handelns, strafbar (§ 15 StGB).

c) Um auch schwere Fälle einer zu erheblichen oder weit verbreiteten Schäden bei den getäuschten Abnehmern führenden Werbung angemessen ahnden zu können, soll das Höchstmaß der Freiheitsstrafe auf zwei Jahre erhöht werden.

d) Die im geltenden § 4 Abs. 2 enthaltene Haftung des Inhabers oder Leiters eines Betriebs für von seinen Angestellten oder Beauftragten gemachte unrichtige Werbeangaben, die „mit seinem Wissen" geschehen sind, ist gestrichen worden, weil sie eine mit den Grundsätzen des heutigen Strafrechts nicht zu vereinbarende Schuldvermutung enthält. Die Vorschrift beruht auf der Erwägung, daß die allgemeinen Vorschriften über Anstiftung und Beihilfe nicht ausreichen, „um die strafrechtliche Haftung des Prinzipals in allen Fällen zu treffen, wo er sich, wie das häufig sei, herauszureden suche" (vgl. Komm.-Bericht Verhandlungen des Reichstages, Bd. 255, S. 8440). Sie fingiert, daß der Inhaber, der von der Tat seines Angestellten wußte, an ihr beteiligt war, und ist daher mit dem Schuldgrundsatz (vgl. § 46 Abs. 1

Satz 1 StGB) nicht vereinbar. Die Bundesregierung hatte daher eine Streichung dieser Vorschrift schon im Entwurf eines EGStGB (oben B. II 3) vorgeschlagen. Künftig soll der Inhaber nur noch nach den allgemeinen Teilnahmeregeln haften. Dabei ist davon auszugehen, daß den Inhaber oder Leiter des Betriebs eine Garantenpflicht dafür trifft, daß von seinem Betrieb keine irreführenden Werbeangaben gemacht werden, daß er also auch dann, wenn er untätig bleibt, nach den Grundsätzen des § 13 StGB als Täter oder Teilnehmer in Betracht kommt. Daneben kann er bei Verletzung seiner Aufsichtspflicht nach § 130 des Gesetzes über Ordnungswidrigkeiten bußgeldrechtlich verantwortlich sein. Eine ausdrückliche Klarstellung, wie sie im Entwurf eines EGStGB vorgesehen war, erscheint entbehrlich.

e) Durch die neue Fassung des Absatzes 2, die in Anlehnung an § 88 Abs. 2 des Börsengesetzes formuliert worden ist, soll wegen der besonderen Schwierigkeiten, die mit der Aufklärung irreführender Werbeangaben verbunden sind, klargestellt werden, daß sich die Verjährung der Strafverfolgung auch dann, wenn die Tat durch Verbreiten von Druckschriften begangen wird, nicht nach den kurzen presserechtlichen Verjährungsvorschriften, sondern nach den Vorschriften des Strafgesetzbuchs richtet. Ein den presserechtlichen Verjährungsfristen unterliegendes Presseinhaltsdelikt setzt voraus, daß die Tat sich aus dem Inhalt des Druckwerks ergibt. Dies ist bei einer Tat nach § 4 deswegen nicht der Fall, weil sich erst aus einem Vergleich der Angabe mit der Lebenswirklichkeit ergibt, ob die Angabe unwahr ist, und nur unter Berücksichtigung der typischen Kaufmotive der angesprochenen Kunden ermittelt werden kann, ob die unwahre Angabe für die angesprochenen Verkehrskreise beim Abschluß von Verträgen wesentlich ist. Auch diese Klarstellung war bereits im Entwurf eines EGStGB (oben B. II 3) vorgeschlagen worden.

III. Zur Strafbarkeit der „progressiven Kundenwerbung" (Artikel 1 Nr. 4)

1. *Gefährlichkeit der progressiven Kundenwerbung für den Verbraucher*

Eine besonders gefährliche Form unlauteren Wettbewerbs, die „progressive Kundenwerbung", ist seit den Anfängen der Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs in Deutschland in den verschiedensten Formen in Erscheinung getreten, ohne daß bisher wirksame rechtliche Mittel zur Bekämpfung dieser Werbung und zum Schutz der in sie einbezogenen Kunden zur Verfügung gestanden hätten. Die nach § 13 Abs. 1 und 1 a klageberechtigten Verbände der Gewerbetreibenden und der Verbraucher berichten übereinstimmend, daß gerade in jüngster Zeit wiederum verstärkt Fälle dieser Werbung aufgetreten sind und bei den Betroffenen zu erheblichen Vermögensbeeinträchtigungen geführt haben. Es erweist sich daher als erforderlich, im UWG eine Strafvorschrift gegen diese Werbeform vorzusehen.

Die „progressive Kundenwerbung" verbindet die Vertriebsorganisation des werbenden Unternehmens mit der Werbung von und durch Kunden. Sie bezieht Kunden in der Weise in die Vertriebsorganisation ein, daß sie ihnen für den Fall der Anwerbung weiterer Kunden besondere Vorteile (Preisnachlässe, Sonderleistungen) in Aussicht stellt. Die Werbung ist deshalb „progressiv", weil dem von dem ersten Kunden geworbenen Kunden nach dem vom Werbenden geplanten System entsprechende Vorteile für die Werbung weiterer Kunden gewährt werden. Machen alle Abnehmer von dieser Möglichkeit Gebrauch, so weitet sich das „System" in geometrischer Reihe aus, bis der in Betracht kommende Markt verstopft ist. Die Kunden, die ihre Werbechance bis dahin noch nicht genutzt haben, können aus ihr dann keinen praktischen Nutzen mehr ziehen. Da aber keiner der Kunden einen ausreichenden Überblick über den Entwicklungsstand des „Systems" hat, sind die Werbechancen aller Kunden mit einem erheblichen Risiko behaftet. Dieses Risiko verleiht der progressiven Kundenwerbung einen aleatorischen (glücksspielartigen) Charakter, der viele Kunden reizt und damit die Gefährlichkeit der Werbeform für den einzelnen Kunden noch erhöht.

In neueren Systemen der progressiven Kundenwerbung wird zwar der Versuch unternommen, durch eine Begrenzung der Teilnehmer das Element des Zufalls zu verringern oder auszuschließen. Auch diese Systeme sind jedoch für die angeworbenen Kunden gefährlich. Das Risiko der Werbung weiterer Abnehmer mag zwar geringer sein. Auch hier wird dieses Risiko aber unerfahrenen Laien aufgebürdet, die oft nur unter Ausnutzung persönlicher, nichtgewerblicher Beziehungen zum Erfolg kommen können und deren Erfolgschancen in aller Regel weit geringer sind, als es nach dem Angebot des Veranstalters den Anschein hat. Bei diesen Systemen mag daher zwar das aleatorische Element in den Hintergrund treten, die Gefahr einer Irreführung und Schädigung der als Werber eingesetzten Kunden sowie die Gefahr einer unerwünschten Kommerzialisierung privater Beziehungen läßt jedoch auch diese Art der Anwerbung als sozialschädlich und strafwürdig erscheinen.

2. *Mängel des geltenden Rechts*

a) Zivilrechtlich kann die progressive Kundenwerbung auf der Grundlage der Generalklausel des § 1 bekämpft werden. Auch dann, wenn eine Täuschung der Abnehmer über ihre Werbechancen ausscheidet, hat die Rechtsprechung die der progressiven Kundenwerbung eigene Ausnutzung der Spielleidenschaft als ausreichend für die Annahme eines Verstoßes gegen die guten Sitten angesehen. Der zivilrechtliche Rechtsschutz erweist sich indessen in den meisten Fällen aus zwei Gründen nicht als ausreichend.

Einmal werden Fälle der progressiven Kundenwerbung wegen der Zurückhaltung der beteiligten Kunden oft erst nach dem Zusammenbruch des „Systems" bekannt. Ein Unterlassungsgebot

kommt dann für diesen Fall zu spät. Ein Ersatzanspruch steht nach geltendem Recht nur den Mitbewerbern zu und kann darüber hinaus oft nicht realisiert werden, weil die Veranstalter dieser unlauteren Werbeform häufig keinen festen Geschäftsbetrieb auf deutschem Boden haben und sich etwaigen Nachforschungen der geschädigten Mitbewerber regelmäßig zu entziehen wissen.

Der zweite Grund für den unzureichenden Schutz des Zivilrechts ist die kriminelle Hartnäckigkeit der Täter. Selbst wenn es nämlich gelingt, ihnen noch während des Aufbaus des Systems oder für künftige Fälle mit Hilfe einer einstweiligen Verfügung diese Vertriebsform zu verbieten, so erweist es sich häufig als außerordentlich schwierig, dieses Unterlassungsgebot auch praktisch durchzusetzen, weil die Täter oft das äußere Erscheinungsbild ihrer progressiven Werbung verändern und damit aus dem Bereich des notwendigerweise auf den konkreten Verletzungsfall zugeschnittenen Unterlassungsgebots herauszugelangen versuchen.

b) Deshalb ist seit langem versucht worden, den Straftatbestand der strafbaren Ausspielung (§ 286 Abs. 2 StGB) zur Bekämpfung der progressiven Kundenwerbung einzusetzen. Dabei hat sich indessen eine Reihe von Schwierigkeiten ergeben. Eine strafbare Ausspielung liegt nur dann vor, wenn in einer öffentlichen Veranstaltung ein Gewinn in Aussicht gestellt wird, wenn die Teilnahme (und damit die Gewinnchance) von der Leistung eines vermögenswerten Einsatzes abhängt und wenn der Gewinn ganz oder überwiegend vom Zufall abhängt.

   In der Praxis hat sich jedes dieser drei Merkmale als problematisch erwiesen: die Öffentlichkeit der Veranstaltung bei dem individuellen Ansprechen einzelner Kunden; der Einsatz, wenn dieser nur im Warenpreis gesehen werden kann; der Zufall, wenn der Eintritt des Gewinns wesentlich von der Aktivität des Kunden beeinflußt werden kann. Die Rechtsprechung hat trotz dieser Schwierigkeiten versucht, die dem viel allgemeineren Zweck der Verhinderung nicht genehmigter Ausspielungen dienende Vorschrift des § 286 Abs. 2 StGB möglichst weitgehend gegen diese Form unlauteren Wettbewerbs einzusetzen. Die Praxis zeigt jedoch, daß die gesetzliche Grundlage für ein wirksames Einschreiten nicht ausreicht.

3. *Ziel der neuen Vorschrift*

Die Bundesregierung schlägt daher vor, einen besonderen wettbewerbsrechtlichen Straftatbestand gegen die progressive Kundenwerbung zu schaffen. Die Fassung eines solchen Verbots muß zwei einander entgegengesetzte Nachteile vermeiden. Sie muß einerseits so weit sein, daß sie die vielfältigen Erscheinungsformen der unlauteren progressiven Kundenwerbung erfaßt, sie darf andererseits aber nicht so weit sein, daß sie ihre strafrechtliche Bestimmtheit verliert und auch unbedenkliche Formen des Einsatzes von Laienwerbern, etwa im Zusammenhang mit Sammelbestellungen oder bei der Abonnementswerbung, erfaßt. Die gewählte Fassung kann sich in einzelnen Teilen auf Vorbilder in der Schweiz und in Österreich sowie in Frankreich stützen. Im Hinblick auf die bei der progressiven Kundenwerbung häufig zu beobachtenden Elemente der Irreführung und der Sondervorteilswerbung soll die Vorschrift als § 6 c, am Ende der Vorschriften gegen Irreführung und vor den Vorschriften über Sonderveranstaltungen, eingefügt werden.

4. *Zu Artikel 1 Nr. 4 im einzelnen*

a) Die Tathandlung besteht in einer Werbung, die durch die besondere Verbindung zwischen Werbung und Vertrieb, das in der Werbung angelegte Element der Progression und die dem System eigene Abhängigkeit der Vorteilsaussichten der Abnehmer von dem Stand der Progression gekennzeichnet ist. Erst die Verbindung dieser Elemente läßt die Veranstaltung als strafbare unlautere Werbung für den Absatz der Waren, gewerblichen Leistungen oder Rechte an die vom Veranstalter insgesamt unmittelbar oder mittelbar angesprochenen Abnehmer erscheinen.

   Die Vorschrift beschränkt sich daher nicht auf den Schutz der Abnehmer, die am Ende der Progression ohne realisierbare Vorteilschancen übrigbleiben; andernfalls dürfte das Verbot erst kurz vor dem Ende der Progression eingreifen, das rechtlich und praktisch im vorhinein kaum feststellbar ist. Sie hat auch nicht schon den Schutz der einzelnen Kundenentscheidung vor Verfälschung durch aleatorische Reizmittel im Auge; andernfalls müßten zahlreiche andere Formen der Ausnutzung der Spielleidenschaft (etwa Gewinnspiele und Preisausschreiben) ebenfalls unter Strafe gestellt werden. Strafwürdig ist vielmehr nur die Förderung des eigenen Absatzes durch die Verwendung eines progressiven Absatzsystems mit progressiv unsicherer und damit gefährlicher und aleatorisch werdenden Werbevorteilen, eine Verbindung, die das typische Wesen der Systeme der progressiven Kundenwerbung ausmacht. Weil es entscheidend auf die Beurteilung des gesamten Systems ankommt, handelt es sich bei der Vorschrift, aus der Sicht der Werbenden und der geworbenen Abnehmer, um einen Gefährdungstatbestand, um einen generalisierenden Schutz gegen Täuschung, aleatorische Willensbeeinflussung und Vermögensgefährdung. Ein solcher Schutz erscheint nur für Kunden erforderlich, die zu dem Zeitpunkt, zu dem sie von der Werbung angesprochen werden sollen, Nichtkaufleute sind.

b) Im Hinblick auf diesen Charakter der Vorschrift als eines auf das Werbesystem als solches bezogenen Gefährdungstatbestandes soll durch die Worte „Wer es . . . unternimmt, . . . zur Abnahme zu veranlassen" zum Ausdruck gebracht werden, daß es nicht erforderlich ist, daß dem Veranstalter die Anwerbung von Kunden zur Werbung weiterer Kunden schon gelungen ist.

Strafwürdig ist bereits der Versuch einer solchen Anwerbung, der von dem Wort „unternehmen" mit umfaßt wird (§ 11 Abs. 1 Nr. 6 StGB).

Aus dem gleichen Grund soll mit den Worten „nach der Art dieser Werbung . . . gewährt werden sollen" klargestellt werden, daß der Erstkunde den Zweitkunden und dieser die weiteren Abnehmer zwar nach der Anlage des Systems regelmäßig, aber nicht notwendigerweise gerade durch das Inaussichtstellen der Vorteile zum Abschluß veranlassen müssen. Es reicht vielmehr aus, daß das gesamte System typischerweise darauf ausgerichtet ist, daß auch im Rahmen der weiteren Werbung die besonderen Vorteile in Aussicht gestellt werden, um weitere Abnehmer zu gewinnen.

Um Variationen in bezug auf die Gegenstände der Abnahme und die vom Veranstalter dem Erstkunden oder einem Dritten zu gewährenden Vorteile mit zu erfassen, sind die Formulierungen „gleichartiger Geschäfte" und „entsprechende Vorteile" gewählt worden. Damit soll außerdem klargestellt werden, daß die Vorschrift sowohl den Fall einer unmittelbaren Leistungsbeziehung der Zweitkunden zum Veranstalter als auch den Fall einer Leistungsbeziehung zum Erstkunden erfassen soll.

c) Durch das Erfordernis des dem Kunden für den Fall erfolgreicher Werbung in Aussicht gestellten „besonderen Vorteils" sollen einmal ganz belanglose, geringwertige „Vorteile" ausgeschieden werden, die nicht geeignet sind, die typische Dynamik eines Systems der progressiven Kundenwerbung in Gang zu setzen. Mit ihm soll außerdem der dem System der progressiven Kundenwerbung wesenseigene aleatorische Charakter gekennzeichnet werden. Worin dieser Vorteil besteht, ob in gleichen Waren, Leistungen oder Rechten, ob in Geld oder anderen vermögenswerten Leistungen, ist unerheblich. Der Vorteil braucht auch nicht von der Bemessung des Entgelts der Waren gesondert gewährt zu werden. So genügt die Möglichkeit einer Reduzierung des Entgelts oder des unentgeltlichen oder verbilligten Bezugs weiterer Waren.

d) Als Täter strafbar ist der Veranstalter des Systems auch dann, wenn er die Einleitung und Durchführung des Systems „durch andere" besorgen läßt. Bei den Erscheinungsformen der progressiven Kundenwerbung bleibt der eigentliche Veranstalter, der das System in Gang setzt, typischerweise im Hintergrund und läßt andere für sich tätig werden. Die Formulierung soll klarstellen, daß dieser Veranstalter, der eigentliche Urheber dieser Art von Werbung, als Täter anzusehen ist. Andere Personen als der Veranstalter, die sich an dem System beteiligen, können nach den allgemeinen Teilnahmevorschriften als Mittäter, Anstifter oder Gehilfen strafbar sein. Die Personen, die im Einzelfall Opfer dieser Art von Werbung geworden sind, bleiben dagegen straflos, da sie allenfalls als notwendige Teilnehmer angesehen werden können.

e) Im Hinblick auf die besondere Gefährlichkeit der progressiven Kundenwerbung erscheint wie bei § 4 ein Höchstmaß der Freiheitsstrafe von zwei Jahren angemessen.

IV. **Zum Ersatzanspruch und Rücktrittsrecht des Abnehmers und zur Geltendmachung von Ersatzansprüchen durch Verbände** (Artikel 1 Nr. 1, 5 bis 8)

1. Geltende Rechtslage im UWG

Nach geltendem Recht wird dem Abnehmer einer Ware, einer gewerblichen Leistung oder eines Rechts, der durch eine unlautere Wettbewerbsmaßnahme zur Abnahme bestimmt worden ist, ein wettbewerbsrechtlicher Schadensersatzanspruch oder ein wettbewerbsrechtliches Vertragslösungsrecht grundsätzlich nicht zugebilligt. Das UWG gewährt, mit zwei möglichen Ausnahmen, einen Ersatzanspruch nur den Gewerbetreibenden, die Waren oder gewerbliche Leistungen gleicher oder verwandter Art herstellen oder in Verkehr bringen, in ihrer Eigenschaft als Mitbewerbern des unlauter Werbenden. Dies ergibt sich zwar nicht aus dem Wortlaut des Gesetzes, entspricht aber seiner Entstehungsgeschichte und der heute vorherrschenden Auslegung.

a) Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb bestimmt, anders als die den § 823 Abs. 2 BGB im wesentlichen wiederholende Vorschrift des § 35 GWB, für nahezu alle in ihm enthaltenen Verbote ausdrücklich, daß eine Zuwiderhandlung zum Schadensersatz verpflichtet. Einige dieser Verbote enthalten diese Rechtsfolge selbst (§§ 1, 14, 16). Für eine engere Gruppe von Vorschriften (§§ 17, 18) besteht eine gemeinsame Regelung (§ 19). Für fast alle übrigen Verbote (§§ 3, 6, 6 a, 6 b, 8, 10, 11, 12) regelt § 13 Abs. 2 zusammenfassend, wer im Falle der Zuwiderhandlung Ersatzpflichtiger ist. Die Ersatzpflicht als solche setzt das Gesetz dabei voraus, denn es geht davon aus, daß die genannten Vorschriften Schutzgesetze im Sinne des § 823 Abs. 2 BGB sind (Kommissionsbericht, Reichstag, 12. Legislaturperiode, Drucksache Nummer 1390, S. 74 f.). Nicht geregelt ist für die in § 13 Abs. 2 genannten Tatbestände und für § 1 auch, wer Ersatzberechtigter ist. Auch insoweit konnte der Gesetzgeber des Gesetzes von 1909 auf § 823 Abs. 2 BGB verweisen, wonach ersatzberechtigt der ist, dessen Schutz die verletzte Gesetzesvorschrift bezweckt.

b) Aus der Entstehungsgeschichte des Gesetzes von 1909 ergibt sich, daß die in § 13 Abs. 2 genannten Tatbestände sowie § 1 nur den Schutz der Mitbewerber, nicht aber den Schutz der durch unlautere Wettbewerbsmaßnahmen zur Abnahme bestimmten Gewerbetreibenden oder Verbraucher (Abnehmer) bezwecken. Das durch das Gesetz von 1909 abgelöste Gesetz von 1896 hatte für das Verbot irreführender Werbeangaben (§ 1, heute § 3) noch ausdrücklich nur die Mitbewerber als Anspruchsberechtigte genannt. Der Regierungsentwurf zum Gesetz von 1909 hatte sich diesem Vorbild auch für die von ihm neu vorge-

sehenen Verbote angeschlossen. Die zuständige Reichstagskommission hielt aber dann aus ausschließlich redaktionellen Gründen eine zusammenfassende und im Hinblick auf den Schutzgesetzcharakter der Vorschriften (§ 823 Abs. 2 BGB) im Text verkürzte Regelung im heutigen § 13 für zweckmäßig.

c) Bei der Einführung des Rechts der Verbraucherverbände zur Geltendmachung von Unterlassungsansprüchen (§ 13 Abs. 1 a) im Jahre 1965 ist die Frage geprüft worden, ob den Abnehmern (Verbrauchern), ebenso wie in der Schweiz seit 1943, bei unlauterer Werbung unmittelbare Ansprüche gewährt werden sollten. Die Frage wurde seinerzeit verneint, da von der in der Schweiz bestehenden Möglichkeit praktisch kaum Gebrauch gemacht worden ist.

d) In Übereinstimmung mit der Entstehungsgeschichte des Gesetzes von 1909 hat der Bundesgerichtshof in einer Entscheidung vom 14. Mai 1974 (Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 1975, 150 — Prüfzeichen) die Frage verneint, ob § 3 ein Schutzgesetz zugunsten des mittelbaren gewerblichen Abnehmers des irreführend Werbenden sei. Er hat sich dabei an die „Sonderregelung" des § 13 Abs. 2, d. h. an den Schutzzweck gebunden gefühlt, der den darin genannten Tatbeständen nach dem Willen des Gesetzgebers von 1909 zukommt.

e) In zwei Sonderfällen besteht zwar schon nach geltendem Recht die Möglichkeit, Abnehmern einen Ersatzanspruch nach § 823 Abs. 2 BGB zuzubilligen. Von diesen Möglichkeiten ist aber bisher noch nicht Gebrauch gemacht worden. § 22 Abs. 2 gibt den in § 13 Abs. 1 genannten Gewerbetreibenden (den Mitbewerbern) und gewerblichen Verbänden im Falle einer Verletzung des § 4 das Recht zur Erhebung der Privatklage „neben dem Verletzten". Aus der Entstehungsgeschichte dieser aus dem Jahre 1925 stammenden Formulierung kann jedenfalls nicht ausgeschlossen werden, daß damit auch den getäuschten Abnehmern als „Verletzten" ein Privatklagerecht gewährt werden sollte. Wäre diese Auslegung richtig, so läge es nahe, den Abnehmern bei Verstößen gegen § 4 auch einen Ersatzanspruch (§ 823 Abs. 2 BGB) zuzubilligen. Einem auf der Marktgegenseite des Täters stehenden Unternehmen dürfte ein Ersatzanspruch nach §§ 1, 13 Abs. 2 auf der Grundlage des geltenden Rechts ferner dann zustehen, wenn sich der unlautere Angriff unmittelbar gegen ihn richtet, wie in bestimmten Fällen der Behinderung und des Boykotts, in Fällen der unlauteren unterschiedlichen Behandlung und in dem in § 13 Abs. 2 zitierten Fall des § 12 (Angestelltenbestechung), soweit das Unternehmen, das durch die Bestechung zur Bevorzugung des Täters veranlaßt worden ist, einen Schaden erlitten hat.

2. *Geichstellung mit Mitbewerbern*

Die bei den Haftungsfolgen des UWG bis heute beachtete Auffassung des Gesetzgebers von 1909, die Verbote dieses Gesetzes bezweckten im Sinne des § 823 Abs. 2 BGB nur den Schutz der Mitbewerber, entspricht nicht mehr der heutigen Vorstellung von den Schutzaufgaben des Gesetzes. Das UWG dient nach einer heute allgemeinen Überzeugung und nach ständiger Rechtsprechung dem dreifachen Zweck der Aufrechterhaltung eines lauteren Wettbewerbs, dem Schutz der Abnehmer (Verbraucher) vor einer Beeinträchtigung durch unlautere Wettbewerbsmaßnahmen und dem Schutz der anderen Gewerbetreibenden vor unmittelbar gegen sie gerichteten unlauteren wettbewerblichen Angriffen oder gegen die Beeinträchtigung ihrer wettbewerblichen Stellung durch andere unlautere Maßnahmen. Daß das Gesetz auch den Abnehmer, insbesondere auch den Letztverbraucher, schützen soll, ist bei der Auslegung seiner materiellen Verbote seit Jahrzehnten anerkannt. So beruht etwa die international als vorbildlich angesehene strenge Handhabung des zivilrechtlichen Verbots irreführender Werbeangaben (§ 3) maßgeblich auf dem Gesichtspunkt des Verbraucherschutzes.

Die Bundesregierung hält es in Fortführung dieser Entwicklung und in Übereinstimmung mit den Empfehlungen der Sachverständigenkommission Wirtschaftskriminalität sowie mit verbreiteten rechtspolitischen Forderungen (Rechtspolitischer Kongreß der CDU/CSU vom 4. und 5. Dezember 1975; Hillermeier, Bayerische Staatszeitung vom 14. Mai 1976, S. 1; ders. Material zu Problemen der Verbraucherpolitik, 1976, S. 30/35; Verbraucherpolitische Grundsätze der CDU vom 28. Juli 1976, Nummer 4.4; Beschluß des SPD-Parteivorstandes vom 7. Mai 1976 zur Verbraucherpolitik, Abschnitt III, 3.4.1.; Empfehlung des Verbraucherbeirates beim Bundesminister für Wirtschaft vom 13. Juni 1975; Bericht des Ausschusses für Umweltfragen, Volksgesundheit und Verbraucherschutz des Europäischen Parlaments vom 2. Juni 1977, Sitzungsdokumente 1977 bis 1978, Nummer 114/77, S. 6; aus dem Schrifttum: Lehmann, GRUR 1977, 580/587, Fricke, GRUR 1976, 680; Sack, NJW 1975, 1303, und österreichische Juristen-Zeitung 1976, 309; Schricker, GRUR 1975, 111, und ZRP 1975, 189; Trinkner, BB 1975, 1493; vgl. Mertens, ZHR 139 (1975), S. 438 ff.; kritisch: Wronka, WRP 1975, 561) für geboten, daß dem Gedanken des Verbraucherschutzes auch im Bereich der zivilrechtlichen Rechtsfolgen der im UWG enthaltenen Verbote stärker als bisher Rechnung getragen wird. Sie sieht eine Notwendigkeit hierfür insbesondere bei Verstößen gegen die Vorschriften gegen irreführende Werbeangaben (§§ 3, 4), aber auch bei Verstößen gegen andere dem Schutz der Kundenentscheidung dienende Bestimmungen des Gesetzes (z. B. die aus § 1 abgeleiteten Verbote der Nötigung, der Belästigung, der gefühlsbetonten oder die Spielleidenschaft ausnutzenden Werbung), wenn Abnehmer durch diese Zuwiderhandlungen zum Vertragsabschluß bestimmt werden. Es erscheint mit der modernen Grundausrichtung des Gesetzes unvereinbar, hier den Mitbewerbern einen Ersatzanspruch zuzubilligen, den von den genannten Zuwiderhandlungen in erster Linie betroffenen Abnehmern aber nicht.

Bei dem Mitbewerber kann in diesen Fällen ein Schaden nämlich nur dann entstehen, wenn zuvor Abnehmer durch die unzulässige Werbemaßnahme zum Vertragsabschluß bestimmt worden sind und wenn weiter davon auszugehen ist, daß jedenfalls ein Teil dieser Abnehmer sich ohne diese Werbemaßnahme zugunsten des Mitbewerbers entschieden hätte. Die Beeinträchtigung der Abnehmer liegt daher nicht nur zeitlich vor der Beeinträchtigung des Mitbewerbers. Dessen Schaden setzt vielmehr eine nicht sachgemäße und damit auch für die Vermögensinteressen der Abnehmer regelmäßig nachteilige Entscheidung der Abnehmer voraus. Dem Abnehmerinteresse kommt somit im Bereich dieser Normen die zeitliche und sachliche Priorität zu. Es ist daher mit grundlegenden Gerechtigkeitsvorstellungen nicht vereinbar, ihnen, anders als den Mitbewerbern, einen Schadensersatzanspruch zu verweigern.

3. *Praktisches Bedürfnis*

Die Gewährung von Ersatzansprüchen an durch unlautere Wettbewerbsmaßnahmen beeinträchtigte Abnehmer ist jedoch nicht nur ein Gebot der Gerechtigkeit im Hinblick auf die den Mitbewerbern bereits zustehenden Ansprüche. Das Verbraucherinteresse gebietet vielmehr auch ohne einen solchen Vergleich, für sich betrachtet, daß den Abnehmern im Bereich des UWG ein rechtlicher Schutz vor Schaden gewährt wird. Eine mit Unterstützung des Bundesministers der Justiz vom Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Patent-, Urheber- und Wettbewerbsrecht, München, durchgeführte rechtstatsächliche Untersuchung (v. Falckenstein, Die Bekämpfung unlauterer Geschäftspraktiken durch Verbraucherverbände, Köln 1977) hat ergeben, daß bei den Verbraucherverbänden im Sinne des § 13 Abs. 1 a jährlich etwa 15 000 wettbewerbsrechtlich relevante Verbraucherbeschwerden eingehen. Weitere 30 000 Verbraucherbeschwerden werden von den Industrie- und Handelskammern bearbeitet; von diesen Beschwerden betrifft ebenfalls ein erheblicher Teil (etwa 20 Prozent) wettbewerbsrechtliche Tatbestände. Da Verbraucher erfahrungsgemäß mit Maßnahmen gegen eine mutmaßliche Beeinträchtigung eher zurückhaltend sind, kann davon ausgegangen werden, daß die Zahl der Verbraucher, die sich in wettbewerbsrechtlich erheblicher Weise beeinträchtigt fühlen, wesentlich über diesen bekanntgewordenen Zahlen liegt.

Es ist nach den vorliegenden ersten Ergebnissen einer weiteren vom Bundesminister der Justiz in Auftrag gegebenen rechtstatsächlichen Untersuchung auch davon auszugehen, daß den Verbrauchern in einem erheblichen Teil der genannten Fälle ein Vermögensnachteil entsteht, sei es, daß die Ware oder Leistung, zu deren Erwerb sie durch unlautere Wettbewerbsmaßnahmen bestimmt worden sind, schon ihren Preis nicht wert waren oder ihr Wert nicht dem entsprach, was nach dem Inhalt der Werbeangabe zu erwarten war (sog. Differenzschäden: 19 Prozent der bei den Verbraucherverbänden eingegangenen Reklamationen), sei es, daß Verbraucher durch die Werbung zur Abnahme von Waren oder Leistungen veranlaßt wurden, die sie ohne die Werbung nicht abgenommen hätten (sog. Vertragsschäden: 55 Prozent der untersuchten Reklamationen). In 56 Prozent der Schadensfälle ging es um irreführende Werbeangaben (§ 3), in 41 Prozent der Fälle um nach § 1 unzulässige Wettbewerbshandlungen. Für einen Anspruch der Verbraucher auf Ersatz eines ihnen durch irreführende und andere unlautere Wettbewerbsmaßnahmen entstandenen Schadens besteht somit ein sachliches Bedürfnis.

4. *Möglichkeiten nach dem bürgerlichen Recht*

Mit den Mitteln des bürgerlichen Rechts läßt sich in diesen Fällen nur sehr begrenzt helfen. Die Vorschriften des UWG betreffen, soweit sie für den Abnehmerschutz in Betracht kommen, die Art und Weise des Zustandekommens des Vertrags, die unlautere Bestimmung des Abnehmers zum Vertragsabschluß. Eine Zuwiderhandlung gegen diese Vorschriften führt daher nicht zur Nichtigkeit des Vertrags im Sinne der §§ 134, 138 BGB, die nach allgemeiner Meinung auf den Inhalt des Rechtsgeschäfts abstellen. Eine Anfechtung nach § 119 Abs. 2 BGB scheitert in all den Fällen, in denen sich die Werbung nicht auf verkehrswesentliche Eigenschaften der Ware, sondern auf einen anderen Umstand bezieht oder in denen der unlauter Werbende sich anderer Mittel als einer Irreführung bedient. In den zuletzt genannten Fällen ist auch eine Anfechtung wegen arglistiger Täuschung nicht gegeben (§ 123 BGB). Die Sachmängelhaftung der §§ 459, 462 BGB oder eine Haftung wegen zugesicherter Eigenschaften (§ 463 BGB) greift zwar in der Regel ein, wenn eine irreführende Werbung von dem Vertragspartner des Abnehmers ausgeht. Werbeangaben können durchaus als den Vertragsinhalt bestimmende Äußerungen oder als Zusicherungen gewertet werden. Die genannte Haftung greift jedoch dann nicht ein, wenn die Werbung von einem Dritten, etwa vom Hersteller oder vom Großhändler, ausgeht, wenn sie sich nicht auf Eigenschaften der Sache bezieht oder wenn mit anderen unlauteren Mitteln als dem einer Irreführung geworben wird.

Insgesamt gesehen bieten die Vorschriften des BGB, auch wenn ihre Reichweite für die Sicherung der Abnehmer gegen die vertraglichen Folgen unlauterer Werbung noch nicht ausgeschöpft erscheint, keinen wirksamen Ersatz für einen Schutz der Abnehmer im Bereich des Wettbewerbsrechts. Sie erfassen im übrigen den Tatbestand der unlauteren Wettbewerbsmaßnahmen und ihrer Folgen nur unter den besonderen Aspekten der Wirksamkeit einer Willenserklärung und der vertragsrechtlichen Sachmängelhaftung und daher, anders als das wettbewerbsrechtliche Deliktsrecht, nur unvollständig. Ein praktisches Bedürfnis für einen wettbewerbsrechtlichen Ersatzanspruch für Abnehmer bei unlauterer Werbung läßt sich daher nicht unter Hinweis auf bestimmte zivilrechtliche Möglichkeiten in Abrede stellen.

5. *Individuelle und gebündelte Geltendmachung*

a) Die im Wege der Rechtstatsachenforschung ermittelte Höhe der dem Abnehmer durch Wettbewerbsverstöße entstandenen Schäden läßt auch erwarten, daß die Abnehmer von einem ihnen zur Verfügung gestellten Ersatzanspruch in einer nicht unerheblichen Zahl von Fällen Gebrauch machen werden. So erreichen die festgestellten Differenzschäden der Abnehmer in der Touristikbranche, bei Elektrogeräten und Immobilien nicht selten erheblich über 1000 DM liegende Beträge. Im übrigen sind bei dieser Schadensform Schadensbeträge zwischen 100 und 500 DM häufig anzutreffen. Bei den Vertragsschäden haben sich in 8 Prozent dieser Schadensfälle Schäden bis 30 DM, in 21 Prozent der Fälle Schäden zwischen 30 und 100 DM, in 29 Prozent der Fälle Schäden zwischen 100 und 500 DM, in 11 Prozent der Fälle Schäden zwischen 500 und 1000 DM, in 13 Prozent der Fälle Schäden zwischen 1000 und 5000 DM und in 6 Prozent der Fälle noch höhere Schäden feststellen lassen.

b) Mit ihrer Erwartung, daß die durch Wettbewerbsverstöße geschädigten Abnehmer im Hinblick auf die Zahl der Fälle und die Höhe der Schadensbeträge von einem Ersatzanspruch in einer erheblichen Zahl der Fälle Gebrauch machen werden, steht die Bundesregierung nicht im Widerspruch zu der bei der Gesetzesnovelle 1965 geäußerten Auffassung, einem Unterlassungsanspruch für den einzelnen Verbraucher werde keine praktische Bedeutung zukommen (Begründung, Bundestags-Drucksache IV/2217, S. 4). Der von der Bundesregierung vorgelegte Entwurf hatte nämlich im wesentlichen nur für Fälle der irreführenden Werbung einen dem Verbraucherinteresse dienenden Unterlassungsanspruch vorgeschlagen. Bei irreführender Werbung kommt dem Unterlassungsanspruch des einzelnen Verbrauchers aber schon deswegen keine praktische Bedeutung zu, weil der Verbraucher selbst im Zeitpunkt der Geltendmachung des Anspruchs über die Unrichtigkeit der Werbung aufgeklärt ist, des Rechtsschutzes gegen sie also nicht mehr bedarf, eine Geltendmachung zugunsten anderer Verbraucher aber einerseits in tatsächlicher Hinsicht kaum zu erwarten ist, zum anderen aber auch wegen des fehlenden eigenen Rechtsschutzbedürfnisses bedenklich wäre. Bei den unter § 1 fallenden Tatbeständen eines wesentliche Verbraucherbelange berührenden unlauteren Wettbewerbs im Sinne des dann Gesetz gewordenen § 13 Abs. 1 a mag es auch hinsichtlich des Unterlassungsanspruchs im Einzelfall anders liegen, so z. B. bei den Tatbeständen der Nötigung. Hinsichtlich des Ersatzanspruchs sind die besonderen Bedenken, die bei der Gesetzesvorlage gegen einen Unterlassungsanspruch des Verbrauchers bei irreführender Werbung gesprochen haben, aber schon wegen der anderen Sachlage nicht gegeben. Am Ersatz eines ihm entstandenen Schadens kann der Verbraucher ein Interesse haben, auch wenn er in Zukunft nicht mehr irregeführt wird.

c) Es ist allerdings zu erwarten, daß die durch unlautere Wettbewerbsmaßnahmen zum Vertragsabschluß bestimmten Abnehmer in einem erheblichen anderen Teil der Fälle einen ihnen gewährten Schadensersatzanspruch nicht geltend machen werden. In Fällen, in denen der bei dem einzelnen Verbraucher entstehende Schaden verhältnismäßig gering ist, ist nicht damit zu rechnen, daß eine nennenswerte Zahl von Verbrauchern dem Werbenden gegenüber auch nur außergerichtlich auf der Erfüllung ihres Anspruchs bestehen wird. Derartige Kleinschäden können aber, wenn weite Verbraucherkreise betroffen sind, insgesamt erhebliche Schadensbeträge ausmachen. Es erscheint wenig befriedigend, wenn den Ersatzberechtigten nur deswegen der ihnen entstandene Schaden nicht ersetzt werden und den Ersatzpflichtigen nur deswegen die Erfüllung ihrer Verpflichtung erspart bleiben würde, weil die Durchsetzung des Anspruchs für den einzelnen Verbraucher wegen der geringen Höhe seines Schadens aus praktischen Gründen nicht in Betracht kommt.

d) Die Bundesregierung hat daher entsprechend einer Empfehlung der Sachverständigenkommission Wirtschaftskriminalität eingehend geprüft, ob in solchen Fällen breitgestreuter Bagatellschäden einem oder mehreren Verbraucherverbänden das Recht zur Geltendmachung eines kollektiven Ersatzanspruchs zugunsten aller geschädigten Verbraucher gewährt werden sollte. Sie hat bei dieser Prüfung insbesondere auch die Erfahrungen mit der nach angelsächsischem Prozeßrecht gegebenen „class action" berücksichtigt, bei der ein oder mehrere Verbraucher im Interesse aller geschädigten Verbraucher unter vom zuständigen Gericht vorher im einzelnen festzulegenden Bedingungen (insbesondere: Benachrichtigung der anderen Verbraucher, Regelung der Verteilung des Schadensbetrags) Klage auf (z. T. dreifachen) Schadensersatz erheben können.

Die Bundesregierung ist jedoch in Übereinstimmung mit der fast einhelligen Auffassung im Schrifttum und der weit überwiegenden Meinung der beteiligten Kreise der Auffassung, daß sich das Modell der „class action" in das deutsche Schadensersatz- und Prozeßrecht nicht übertragen läßt. Die insbesondere im amerikanischen Prozeßrecht mögliche vorherige Prüfung der Eignung des Falles für eine „class action", eine Prüfung, bei der sich das Gericht und der Kläger über wesentliche Bedingungen des Verfahrens verständigen, ist mit dem deutschen Verfahrensrecht nicht vereinbar, das dem Richter keinen Verhandlungsspielraum in der Frage der Zulassung einer Klage läßt. Die für die „class action" typische Rechtskrafterstreckung zugunsten und zuungunsten der am Verfahren nicht beteiligten Verbraucher ist mit den Grundsätzen des deutschen Verfahrensrechts ebensowenig vereinbar. Die Regelung in § 21 des AGB-Gesetzes sieht lediglich vor, daß sich ein am Verfahren nicht Beteiligter gegenüber dem Verwender auf die Wirkung eines gegen den Verwender ergange-

nen Unterlassungsurteils berufen kann. Eine Wirkung zuungunsten des von AGB betroffenen Vertragsteils ist hier nicht vorgesehen.

Entscheidend spricht aber gegen eine Übernahme der angelsächsischen Lösung, daß die Sicherung der Rechte des einzelnen Verbrauchers nicht damit erkauft werden darf, daß über die Rechtsposition anderer Verbraucher verfügt wird, ohne daß diese sich damit ausdrücklich einverstanden erklärt hätten. Damit würden im Namen des Verbraucherschutzes Verbrauchern Nachteile zugefügt. Auch in der amerikanischen Rechtsprechung scheinen Bedenken gegen eine die Interessen der am Verfahren nicht beteiligten Mitglieder der „class" beeinträchtigende Zulassung von „class actions" zu wachsen. Es scheinen sich die Bestrebungen zu verstärken, Außenstehende nur bei einer ausreichenden Benachrichtigung der Rechtskraft der Entscheidung zu unterwerfen (Koch, Kollektiver Rechtsschutz im Zivilprozeß, Frankfurt 1976, S. 74 f.). Es verbleibt damit zwar bei dem im Vergleich zum deutschen Recht entscheidenden Unterschied, daß nach amerikanischem Recht (Änderung von 1966) der ordnungsgemäß Benachrichtigte auch ohne eine ausdrückliche Erklärung in die Wirkungen des Verfahrens einbezogen wird. Immerhin trägt aber nunmehr auch die amerikanische Praxis dem Recht des einzelnen Verbrauchers, über seine Rechtsposition selbst bestimmen zu können, wieder stärker Rechnung.

e) Die gegen eine Übernahme der „class action" sprechenden Gründe verbieten zugleich jede andere Lösung, die etwa einem Verbraucherverband das originäre Recht zur Geltendmachung von Ersatzansprüchen zubilligt. Nach dem deutschen Zivilrecht können die einem Verbraucher zustehenden Ansprüche vielmehr nur auf Grund einer Abtretung von einem Verband im eigenen Namen geltend gemacht werden.

Zugunsten eines originären (kollektivrechtlichen) Verbandsanspruchs auf Schadensersatz kann nicht ins Feld geführt werden, daß den Verbraucherverbänden seit 1965 die Möglichkeit zur Erhebung der Unterlassungsklage auch insoweit zusteht, als die Unterlassung einer Wettbewerbsmaßnahme auch gegenüber Nichtmitgliedern verlangt wird. Bei der Unterlassungsklage geht es um die Wettbewerbsmaßnahme selbst, die Mitglieder und Nichtmitglieder meist notwendig gleichermaßen trifft und daher nicht nur zugunsten der Mitglieder verboten werden kann. Soweit Unterlassungsklagen auch zulässig sind, wenn eine Wettbewerbsmaßnahme nur Nichtmitglieder trifft, geschieht diesen außenstehenden Verbrauchern kein Nachteil, weil ihnen bisher ein wettbewerbsrechtlicher Unterlassungsanspruch nicht zusteht. Dem Verbraucher kann zwar künftig als Folge der Gewährung des Ersatzanspruchs bei hinreichendem eigenem Interesse auch ein Unterlassungsanspruch zustehen. Dieser Anspruch wird indessen durch die Unterlassungsklage des Verbandes ebensowenig beeinträchtigt wie der Unterlassungsanspruch der Mitbewerber durch die Klage eines gewerblichen Verbands (§ 13 Abs. 1). Ersatz für einen Schaden kann aber insgesamt nur einmal verlangt werden. Daher schließen sich Schadensersatzklagen, anders als Unterlassungsklagen, in bezug auf den gleichen Gegenstand aus.

Einen kollektivrechtlichen Anspruch unter Ausschluß von Ansprüchen der einzelnen Geschädigten kennt das deutsche Recht im Bereich des gewerblichen Rechtsschutzes nur im Rahmen enger Mitgliedschaftsverhältnisse (vgl. § 22 des Warenzeichengesetzes für Verbandszeichengemeinschaften). Auf das Verhältnis der Verbraucherverbände zu Außenstehenden läßt sich dieser Gedanke jedenfalls nicht übertragen. Für das Verhältnis des Verbraucherverbandes zu seinen Mitgliedern erscheint er nicht zweckmäßig, solange Verbraucherverbände, wie bisher, nur einen relativ geringen Prozentsatz der insgesamt in Betracht kommenden Letztverbraucher als Mitglieder aufzuweisen haben. Würden sie sich aber zu Massenverbänden entwickeln, wofür bisher keine Anhaltspunkte gegeben sind, so dürfte damit zugleich eine nur durch die enge Beziehung der Mitglieder zum Verband begründete Berechtigung für eine entsprechende „Kollektivierung" des Anspruchs der Mitglieder entfallen.

f) Ist demnach mit den Grundsätzen des deutschen Schadensersatz- und Verfahrensrechts nur eine Lösung vereinbar, die die Ersatzklage des Verbandes von einer jederzeit möglichen Abtretung (§ 398 BGB) seitens der geschädigten individuellen Abnehmer abhängig macht, so besteht andererseits keine zwingende Notwendigkeit dafür, nur den Mitgliedern des Verbandes eine solche Übertragung zu gestatten. Weder das Bürgerliche Gesetzbuch noch die Zivilprozeßordnung gebieten eine solche Beschränkung. Im Hinblick auf die begrenzten Mitgliederzahlen der Verbraucherbände wäre außerdem auf diese Weise das Problem der Durchsetzung des Schadensersatzes bei breitgestreuten Bagatellschäden nicht zu lösen. Auch eine Vorausabtretung ist den Verbrauchern schon nach geltendem Recht, wenn der Anspruch hinreichend bestimmbar ist, grundsätzlich möglich. Die in Betracht kommenden Ersatzansprüche wegen unlauterer Werbemaßnahmen gegenüber dem Werbenden sind ihrem Inhalt und ihrem Schuldner nach im Zeitpunkt ihres Entstehens grundsätzlich hinreichend bestimmbar.

g) Die Erfahrungen mit der angelsächsischen „class action" zeigen, daß Verbraucher insbesondere dann bereit sind, ihre Rechte durch andere geltend machen zu lassen, wenn die Zahlungspflicht des unlauter Werbenden bereits gerichtlich festgestellt worden ist. Auch in Deutschland ist damit zu rechnen, daß Verbraucher zögern werden, ihren Ersatzanspruch einem Verbraucherverband zu übertragen, solange noch offen ist, ob die Klage des Verbandes Erfolg haben wird. Es liegt daher im Interesse der Verbraucher, die Möglichkeit zu haben, Ansprüche auf Grund einer Abtretung an den Verband in einem schwebenden Verfahren auch dann noch geltend machen zu

lassen, wenn die Ersatzpflicht des unlauter Werbenden bereits dem Grunde nach gerichtlich festgestellt worden ist. Diese Ansprüche werden dann zwar nicht von der Rechtskraft des Urteils über den Grund erfaßt. Im Hinblick darauf jedoch, daß die Zulässigkeit einer Werbemaßnahme regelmäßig nur einheitlich beurteilt werden kann, werden sie insoweit tatsächlich in den Genuß von der Klage günstigen Feststellungen dieses Urteils kommen. Eine solche Möglichkeit liegt aber auch im Interesse der Verbraucherverbände und der betroffenen Unternehmen, soweit es sich um im wesentlichen gleichgelagerte Fälle handelt, weil die Zulässigkeit der Werbemaßnahme dann zunächst bei einem verhältnismäßig geringen Streitwert geklärt werden kann und der mit einer neuen Klageerhebung auf Grund späterer Abtretungen verbundene zusätzliche Aufwand entfiele.

Nach geltendem Recht ist eine Einbeziehung neuer Abnehmeransprüche in ein anhängiges Verfahren nur möglich, wenn der Beklagte einwilligt oder das Gericht die Klageänderung für sachdienlich erachtet (§ 263 ZPO), sofern nicht die Voraussetzungen des § 264 ZPO vorliegen. Die Bundesregierung hat geprüft, ob für die hier in Betracht kommenden Fälle auf das Erfordernis der Zulassung durch das Gericht bei fehlender Einwilligung des Beklagten verzichtet werden sollte. Sie hält eine ausdrückliche Regelung jedoch nicht für erforderlich, weil unter den genannten, für Fälle unlauteren Wettbewerbs typischen Voraussetzungen mit einer Zulassung wegen Sachdienlichkeit gerechnet werden kann.

h) Es wäre nach Auffassung der Bundesregierung nicht gerechtfertigt, nur für Letztverbraucher und ihre Verbände die Möglichkeit zur zusammenfassenden Geltendmachung von Ersatzansprüchen zu regeln. Auch für gewerbliche Abnehmer (etwa eine große Gruppe von Einzelhändlern) und ihre Verbände kann diese Form der Geltendmachung praktische Bedeutung haben.

i) Die zusammenfassende Geltendmachung von Ansprüchen der Abnehmer durch Verbände ist nach geltendem Recht nur auf Grund einer Erlaubnis nach dem Rechtsberatungsgesetz möglich. Die Bundesregierung hält es zwar, gerade auch im Hinblick auf die in Deutschland bisher fehlenden Erfahrungen mit einem wettbewerbsrechtlichen Ersatzanspruch des Abnehmers (Verbrauchers) und der abgeleiteten Geltendmachung dieses Anspruchs durch Verbände, im Interesse der Verbraucher selbst und im Interesse der in zulässiger Weise werbenden Unternehmen nicht für zweckmäßig, auf eine Kontrolle dieser Verbandstätigkeit zu verzichten. Um die gebündelte Geltendmachung von Abnehmerersatzansprüchen durch Verbände nicht unnötig zu erschweren oder zu verzögern, sollen die Verbände allerdings, soweit es um diese Form der Geltendmachung geht, von Gesetzes wegen von der Verpflichtung zur Einholung einer Erlaubnis zur Rechtsbesorgung nach Artikel 1 § 1 RBerG freigestellt werden (§ 13c Abs. 1). Sie sollen jedoch bestimmten Verpflichtungen unterliegen und unterstehen insoweit der Kontrolle der Aufsichtsbehörde (§ 13c Abs. 3 bis 5). Der Entwurf sieht außerdem zum Schutz des Abnehmers bestimmte Regelungen für die Abtretung vor (§ 13c Abs. 2).

6. *Ergänzende Regelung zum Unterlassungsklagerecht der Verbände (§ 13)*

a) Darüber hinaus hält es die Bundesregierung für erforderlich, aus Anlaß der durch die Gesetzesänderung auf die gewerblichen Verbände und die Verbraucherverbände zukommenden neuen Aufgaben die diesen Verbänden zustehende Klagebefugnis allgemein, also auch schon für die Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs, von besonderen Bedingungen abhängig zu machen, die einem Mißbrauch dieser Befugnis vorbeugen sollen. Die Erfahrungen der Praxis haben gezeigt, daß einem solchen Mißbrauch durch in erster Linie Gebührenzwecken dienende Kleinverbände auf der Grundlage der Vorschriften des § 13 Abs. 1 und 1a sowie des anwaltlichen Standesrechts nicht hinreichend begegnet werden kann. Nach dem Vorbild der für Verbraucherverbände geltenden Bestimmung des § 13 Abs. 2 Nr. 1 des AGB-Gesetzes soll künftig für Verbraucherverbände auch im UWG für die Klageberechtigung vorausgesetzt werden, daß der Verband in seinem Aufgabenbereich tätige Verbände oder mindestens fünfundsiebzig natürliche Personen als Mitglieder hat (§ 13 Abs. 2 Nr. 4).

b) Für gewerbliche Verbände, deren Tätigkeit im wesentlichen auf die Sicherung eines lauteren Wettbewerbs durch Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs nach § 13 gerichtet ist (gewerbliche Klageverbände), soll künftig eine Klagebefugnis auf Grund dieser Vorschrift nur dann bestehen, wenn sie Dachverbände sind oder mindestens fünf Gewerbetreibende als Mitglieder haben und wenn es zu ihren satzungsgemäßen Aufgaben gehört, Zuwiderhandlungen gegen Vorschriften des Gesetzes durch Klagen entgegenzutreten (§ 13 Abs. 2 Nr. 3). Mit dem den Mitgliederbestand betreffenden Erfordernis soll den Fällen begegnet werden, in denen sich ein Gewerbetreibender unter Heranziehung ihm nahestehender natürlicher Personen einen Verband in Gebührenerzielungsabsicht schafft. Mit dem sachlichen, die satzungsgemäße Tätigkeit des Verbandes betreffenden Erfordernis soll solchen Verbänden die Klagebefugnis verwehrt werden, die sich darauf spezialisiert haben, in zahlreichen, oft gleichgelagerten, offenkundigen und geringfügigen Fällen von Zuwiderhandlungen, etwa im Rahmen der Saisonschlußverkäufe, Abmahnungen zu versenden oder einstweilige Verfügungen zu erwirken, um auf diese Weise risikolos Aufwendungsersatz oder Gebühren zu erzielen, die aber jeder ernsthaften Bekämpfung schwererwiegender Wettbewerbsverstöße, die regelmäßig nur durch Erhebung von Klagen möglich ist, aus dem Wege gehen. Für die Verbände zur Förderung gewerblicher Interessen im engeren Sinne (gewerbliche Interessenverbände), etwa Verbände der Wirtschaft oder des Handels, sind

entsprechende Voraussetzungen dagegen nicht erforderlich (§ 13 Abs. 2 Nr. 2), auch nicht für die Industrie- und Handelskammern sowie die Handwerkskammern, die nach dem Vorbild des § 13 des AGB-Gesetzes ausdrücklich genannt werden (§ 13 Abs. 2 Nr. 5).

c) Die sachlichen und die den Mitgliederbestand der Verbraucherverbände und der gewerblichen Klageverbände betreffenden Voraussetzungen sollen im Rahmen eines Registerverfahrens beim zuständigen Land- oder Amtsgerichtspräsidenten geprüft werden (§ 13 Abs. 5), denen nach § 13 c auch die Kontrolle über jene Verbände zustehen soll, die Ersatzansprüche von Abnehmern gebündelt geltend machen. Damit soll eine zentrale und den örtlichen Verhältnissen nahe Entscheidung darüber ermöglicht werden, ob ein Verband die genannten Voraussetzungen erfüllt. Einem nicht registrierten Verband soll künftig eine Klagebefugnis von vornherein nicht zustehen. Um einen zeitraubenden Zwischenstreit vor den Verwaltungsgerichten über den aktuellen Bestand der Voraussetzungen bei einem registrierten Verband zu vermeiden, sollen die in UWG-Rechtsstreitigkeiten angerufenen Gerichte jedoch auch einem registrierten Verband die Klagebefugnis wegen Fehlens der genannten Voraussetzungen absprechen können. Das Erfordernis der Registrierung soll daher nur als ein grobes Sieb zur Abwehr von Verbänden wirken, die den gesetzlichen Erfordernissen nicht entsprechen.

Weil mit dieser Kontrolle der nach dem Gesetz klagebefugten Verbände Neuland betreten wird, möchte die Bundesregierung diese Regelung zunächst auf das UWG beschränken und von einer entsprechenden Regelung im AGB-Gesetz jedenfalls im gegenwärtigen Zeitpunkt absehen, zumal da abzuwarten bleibt, ob sich auch im Rahmen jenes Gesetzes ein Bedürfnis für Regelungen gegegen einen Mißbrauch des Klagerechts ergibt.

7. *Voraussetzungen und Folgen des Abnehmerersatzanspruchs (§ 13 a)*

a) Hinsichtlich der Voraussetzungen und der Folgen des Ersatzanspruchs des Abnehmers bei Zuwiderhandlungen nach § 13 a Abs. 1 sieht der Entwurf zwei Regelungen vor. Der Ersatzanspruch nach § 13 a Abs. 2 soll nur dem Abnehmer zustehen, der durch eine Zuwiderhandlung gegen die genannten Vorschriften zur Abnahme „bestimmt" worden ist, also ohne den Einfluß der Zuwiderhandlung nicht gekauft hätte. Dieses dem § 123 Abs. 1 BGB entsprechende Erfordernis ist gewählt worden, weil eine Ersatzpflicht bei solchen Zuwiderhandlungen nicht gerechtfertigt erscheint und der Gefahr eines Mißbrauchs ausgesetzt wäre, die für die Entscheidung des Abnehmers nur eine untergeordnete Rolle gespielt haben, ohne daß festgestellt werden könnte, daß die Entscheidung ohne sie anders ausgefallen wäre.

b) Für den besonderen Fall, daß der Abnehmer durch eine unwahre Werbeangabe, die für den Personenkreis, an den sie sich richtet, für den Abschluß von Verträgen wesentlich ist, also durch eine Werbeangabe, die den objektiven Tatbestand der Strafvorschrift gegen unwahre Werbeangaben (§ 4) erfüllt, zur Abnahme bestimmt worden ist, trifft § 13 a Abs. 3 eine Regelung über die Bestimmung des zu ersetzenden Schadens. Der Regelung liegen folgende Überlegungen zu Grunde:

1. Das Interesse des Abnehmers geht in diesen Fällen häufig dahin, sich von dem Vertrag, zu dem er durch die unwahre Angabe bestimmt worden ist, zu lösen. Ein entsprechender Anspruch gegen den Werbenden kann sich nach den Regeln des bürgerlichen Rechts (§§ 249 ff. BGB) für den Abnehmer ergeben, wenn die Bindung an den Vertrag, was regelmäßig der Fall sein wird, als Schaden zu werten ist und wenn der Anspruch auf Naturalrestitution nicht wegen der Umstände des Falles, etwa im Hinblick auf die Erforderlichkeit unverhältnismäßiger Aufwendungen (§ 251 Abs. 2 BGB) oder auf ein Mitverschulden des Abnehmers (§ 254 BGB), ausgeschlossen ist. Für den besonderen Fall der Bestimmung zum Vertragsabschluß durch unwahre und für den Abschluß wesentliche Angaben sieht § 13 b ein Rücktrittsrecht vor, das unabhängig von den genannten besonderen Umständen des Falles gegeben sein soll (unten 8).

2. Will dagegen der Abnehmer am Vertrag festhalten, so geht sein Ersatzinteresse auf einen Schadensausgleich in Geld. Geht die unwahre Werbeangabe von dem Vertragspartner des Abnehmers aus, so steht dem Abnehmer häufig nach vertragsrechtlichen Grundsätzen (§ 463 BGB) ein Anspruch auf Minderung oder auf Schadensersatz wegen Nichterfüllung zu, nämlich dann, wenn die Werbeangabe sich auf Eigenschaften der Ware bezieht und, was regelmäßig geboten ist, als Zusicherung dieser Eigenschaft im Sinne der genannten Vorschrift zu werten ist. In diesen Fällen kann der Abnehmer daher entweder die Rückzahlung eines dem geringeren Wert entsprechenden Teils des Kaufpreises (§ 472 BGB) verlangen oder unter Anrechnung des tatsächlichen Werts der Ware den Betrag fordern, der dem Wert der Ware mit der zugesagten Eigenschaft entspricht (Ersatz des positiven Interesses).

3. Für den Vertragsabschluß bestimmende Zusicherungen gehen im heutigen Wirtschaftsleben jedoch in vielen Fällen nicht von dem Vertragspartner des Abnehmers aus. Der Verbraucher wird häufig und zunehmend durch Werbeangaben zum Vertragsabschluß bestimmt, die nicht von seinem Händler, sondern vom Hersteller oder Großhändler unter Nutzung der Einwirkungsmöglichkeiten der Massenmedien gemacht werden. Das Interesse des Verbrauchers, den Werbenden auch in diesen Fällen an dem Inhalt seiner Werbeangabe festhalten und im Falle der Unwahr-

heit der Angabe das positive Interesse ersetzt verlangen zu können, erscheint nicht weniger schutzwürdig als im Falle des § 463 BGB. Den Werbenden, der den Abnehmer durch eine unwahre Angabe zum Vertragsabschluß bestimmt hat, nur deshalb nicht auf das positive Interesse haften zu lassen, weil er nicht unmittelbarer Vertragspartner des Abnehmers ist, erscheint deswegen ungerechtfertigt, weil es dem Hersteller oder Großhändler bei seiner verbraucherbezogenen Werbung gerade um die Förderung des Absatzes an den Verbraucher geht. Bliebe dem Abnehmer der Ersatz des Wertes versagt, mit dem er nach dem Inhalt der Werbeangabe rechnen durfte, so sähe sich der Werbende überhaupt keiner schadensersatzrechtlichen Sanktion ausgesetzt, wenn die Ware, wie dies schon zur Vermeidung des Betrugstatbestandes regelmäßig der Fall sein wird, den gezahlten Kaufpreis wert ist. Die Verwirklichung des objektiven Tatbestandes der Strafvorschrift des § 4 bliebe für den Werbenden, von der Unterlassungsklage und seltenen Ersatzklagen der Mitbewerber abgesehen, zivilrechtlich ohne Konsequenzen.

c) Die Bundesregierung hält es daher für notwendig, den mit unwahren Angaben Werbenden über den Anwendungsbereich des § 463 BGB hinaus nicht nur auf das negative Interesse, den Unterschied zwischen dem gezahlten Preis und einem niedrigeren Wert der Ware (vgl. BGH vom 25. Mai 1977, NJW 1977, 1536/1538, für die Haftung aus der Verletzung vorvertraglicher Pflichten), sondern auch auf das positive Interesse des Abnehmers, den Unterschied zwischen dem tatsächlichen Wert und dem Wert, den die Ware nach dem Inhalt der Werbeangabe hätte haben müssen, haften zu lassen (§ 13 a Abs. 3). Nur auf diese Weise kann das zivilrechtliche Risiko für den in täuschender Weise Werbenden gegenüber dem jetzigen Rechtszustand praktisch erhöht werden.

   Die gesetzliche Regelung der beiden Schadensberechnungsformen schließt die Geltendmachung eines weiteren Schadens nicht aus (§ 13 a Abs. 3 Satz 2), ebensowenig wie der Schadensersatz wegen Nichterfüllung nach § 463 BGB die Geltendmachung eines Begleit- oder Folgeschadens, etwa wegen Verschuldens bei Vertragsschluß (culpa in contrahendo), ausschließt. Für die Entscheidung über den Schaden gilt in jedem Falle § 287 ZPO, wonach der Richter im Streitfalle unter Würdigung aller Umstände nach freier Überzeugung zu entscheiden hat, ob ein Schaden entstanden und wie hoch er ist.

8. *Zum Rücktrittsrecht des Abnehmers (§ 13 b)*

a) Die rechtstatsächlichen Untersuchungen haben ergeben, daß für die Verbraucher die Möglichkeit einer Lösung vom Vertrag und einer Rückgabe der unter dem Eindruck einer irreführenden Werbeangabe erworbenen Gegenstände im Vordergrund des Interesses steht. Die Untersuchungen haben ferner ergeben, daß die Vertragspartner der zur Abnahme veranlaßten Verbraucher in einer sehr großen Zahl der Fälle zur Rückgängigmachung des Vertrages bereit waren, auch dann, wenn hierfür nach den Vorschriften des BGB keine Verpflichtung gegeben war und wenn über die Frage, ob ein Fall irreführender Werbung vorlag, zwischen den Parteien noch keine Übereinstimmung bestand. Der wesentliche Grund für diese Bereitschaft zur einvernehmlichen Vertragslösung scheint aus der Sicht des Vertragspartners des Verbrauchers darin zu liegen, daß auf diese Weise die Gefahr langwieriger Auseinandersetzungen und der Geltendmachung von Ersatzansprüchen abgewendet werden kann. Aber auch der Verbraucher selbst hält diese rasche Abhilfe offenbar in der Regel für vorteilhafter als eine Geltendmachung der ihm nach geltendem Recht etwa zustehenden zivilrechtlichen Ansprüche.

b) Die Bundesregierung hält es für zweckmäßig, an diese tatsächliche Entwicklung anzuknüpfen und dem durch unwahre Werbeangaben im Sinne des § 4 zum Abschluß des Vertrages bestimmten Abnehmer ein Rücktrittsrecht zu geben. Das Rücktrittsrecht nach § 13 b setzt lediglich den Nachweis voraus, daß der Abnehmer durch eine in § 4 genannte Angabe objektiv zum Vertragsabschluß bestimmt worden ist. Nur wenn die Angabe von einem Dritten ausgeht, ist zusätzlich nachzuweisen, daß der Vertragspartner des Abnehmers entweder die Unwahrheit der Angabe kannte oder kennen mußte oder an der Werbung mit der Angabe durch eigene Maßnahmen beteiligt war. Mit diesen zusätzlichen Voraussetzungen soll Befürchtungen vor allem des mittelständischen Handels vor einer zu weit gehenden Ausdehnung des Rücktrittsrechts Rechnung getragen werden. § 13 b gibt damit dem Abnehmer die Möglichkeit zu einer raschen und unkomplizierten Konfliktlösung. Wegen der Vertragsabwicklung bei beweglichen Sachen lehnt sich § 13 b an die Regelung in § 1 d des Abzahlungsgesetzes an. Für Verstöße gegen § 1 ist ein entsprechendes Rücktrittsrecht nicht vorgesehen, weil die Voraussetzungen dieser Vorschrift generalklauselartig weit sind. Insoweit bleibt daher der zum Vertrag bestimmte Abnehmer auf einen möglichen Vertragslösungsanspruch nach § 13 a Abs. 2 i. V. m. § 249 BGB verwiesen.

c) Das Rücktrittsrecht verbessert die Rechtsstellung des Abnehmers in den Fällen nur geringfügig, in denen die unwahre Werbeangabe von seinem Vertragspartner ausgeht. In aller Regel ist der Abnehmer dann nämlich schon vertragsrechtlich zur Wandlung berechtigt (§ 463 BGB), ohne daß hierfür ein Verschulden des Vertragspartners erforderlich wäre.

d) Geht die Werbeangabe dagegen von einem Dritten aus und ist sie nach Lage des Falles als arglistig im Sinne des § 123 Abs. 1 BGB zu werten, so kann sich der Abnehmer durch Anfechtung nach § 123 Abs. 2 BGB nur dann von dem Ver-

trag lösen, wenn sein Vertragspartner die Täuschung kannte oder kennen mußte. Dies wird insbesondere der Verbraucher seinem Vertragspartner, dem Händler, nur in bestimmten Fällen nachweisen können. Aus § 13 a Abs. 2 kann sich zwar ein Vertragslösungsanspruch für den Abnehmer auch dann ergeben, wenn die Werbung von einem Dritten ausgeht, der Vertragspartner aber an der Werbung vorsätzlich oder fahrlässig beteiligt war und deshalb nach § 830 BGB einem schadensersatzrechtlichen Vertragslösungsanspruch (oben 7 b (1)) selbst voll ausgesetzt ist. Außer den Voraussetzungen dieses Anspruchs muß der Abnehmer aber auch hier nachweisen, daß sein Vertragspartner die Unwahrheit der Angabe kannte oder kennen mußte.

Um das Rücktrittsrecht nach § 13 b in diesen Fällen, in denen die unwahre Werbeangabe ursprünglich von einem Dritten ausgeht, im Interesse sowohl des Abnehmers als auch seines Vertragspartners von möglichst eindeutigen, objektiv feststellbaren Voraussetzungen abhängig zu machen, soll es unabhängig von einem möglichen Verschulden dann gegeben sein, wenn der Vertragspartner sich an der Werbung mit der Angabe objektiv durch eigene Maßnahmen beteiligt hat, etwa durch Plakate, Verkaufsständer, Schaufensterwerbung oder Inserate. Hat er sich die Werbung mit der Angabe nicht in diesem Sinne objektiv zu eigen gemacht, soll dem Abnehmer ein Rücktrittsrecht dagegen nur zustehen, wenn sein Vertragspartner die Unwahrheit der Werbung kannte oder kennen mußte. Wegen der engen Verwandtschaft zwischen dem Schadensersatzanspruch nach § 13 a Abs. 2 und dem deliktsrechtlichen Rücktrittsrecht nach § 13 b bedarf es keiner gesetzlichen Regelung des Innenverhältnisses zwischen den an der Werbung Beteiligten. Insoweit gelten die Grundsätze des allgemeinen Deliktsrechts (§ 840 BGB).

e) War der Vertragspartner des Abnehmers an der Werbung mit der unwahren Angabe nicht in dem oben d) genannten Sinne beteiligt, so haftet er weder auf Schadensersatz noch ist ihm gegenüber das Rücktrittsrecht gegeben. Der Abnehmer muß sich in diesem Fall an den werbenden Dritten halten und von ihm gegebenenfalls nach § 249 BGB Freistellung von seinen vertraglichen Pflichten oder Ersatz in Geld verlangen.

9. *Zu den Auswirkungen des Abnehmerersatzanspruchs und des Rücktrittsrechts auf die betroffenen Unternehmen*

a) Soweit sich aus der Ausweitung des Kreises der Ersatzberechtigten auf die durch unlautere Wettbewerbsmaßnahmen zum Vertragsabschluß bestimmten Abnehmer für die an der Werbung Beteiligten Belastungen ergeben, sind diese schon deswegen hinzunehmen, weil den Schäden der Abnehmer in aller Regel entsprechende Vorteile bei dem unlauter Werbenden gegenüberstehen und dieser keinen Anspruch darauf hat, daß ihm dieser unlauter erlangte Vorteil belassen bleibt. Dieser Rechtsgedanke findet für die strafbewehrten Vorschriften des UWG seinen Ausdruck in der Gewinnabführungsregel des § 73 StGB und für die Bußgeldtatbestände des UWG in der entsprechenden Vorschrift des § 17 Abs. 4 des Gesetzes über Ordnungswidrigkeiten. Der Ersatzanspruch der Abnehmer kann im Wettbewerbsrecht ebenso wie die Gewinnabführung dazu beitragen, die Folgen einer durch die unlautere Wettbewerbsmaßnahme bewirkten Wettbewerbsverfälschung zu beseitigen und damit die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs zu sichern.

Auch nach der Einführung des Ersatzanspruchs für Abnehmer ist im übrigen schon im Hinblick auf die verbreitete Lethargie der Verbraucher und den gegenwärtigen Organisationsstand der Verbraucherverbände nicht damit zu rechnen, daß die von den unlauter Werbenden zu leistenden Ersatzbeträge in einer nennenswerten Zahl von Fällen den Betrag erreichen oder gar übersteigen werden, der diesen Unternehmen als Folge der unlauteren Werbung zugute gekommen ist.

Die Bundesregierung verkennt nicht, daß die Ausweitung des Kreises der Ersatzberechtigten für die betroffenen Unternehmen zu verstärkten finanziellen Risiken führen kann. Sie ist jedoch der Meinung, daß es nicht angeht, bei einer wettbewerbsrechtlich möglicherweise bedenklichen Wettbewerbsmaßnahme die Vorteile der möglichen Zulässigkeit voll dem werbenden Unternehmen zugute kommen zu lassen, die Nachteile der möglichen Unzulässigkeit dagegen voll dem Abnehmer aufzubürden. Dies erscheint ihr auch deswegen nicht gerechtfertigt, weil es der Werbende weitgehend selbst in der Hand hat, das Risiko seiner Werbung hoch oder niedrig zu halten. Insoweit ist von den vorgesehenen Maßnahmen auch eine verstärkte präventive Wirkung zu erwarten.

b) Die von dem Rücktrittsrecht des durch unwahre Angaben zum Vertragsabschluß bestimmten Abnehmers für den Handel ausgehenden Belastungen gehen über die Folgen des Ersatzanspruchs und der bürgerlichrechtlichen Sachmängelhaftung nur unwesentlich hinaus. Da der Handel in solchen Fällen bereits heute grundsätzlich aus Gründen der Kulanz bereit ist, die Ware zurückzunehmen, dürfte sich das Rücktrittsrecht für ihn außerdem auch unter Berücksichtigung der aus Praktikabilitätsgründen vereinfachten Voraussetzungen des § 13 b wirtschaftlich nicht als eine erhebliche zusätzliche Belastung auswirken.

c) Die Bundesregierung erwartet nicht, daß die vorgesehene Verstärkung der wettbewerbsrechtlichen Sanktionen das auch vom Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb verfolgte Ziel der Förderung eines aktiven und informativen Wettbewerbs gefährden würde. Die verstärkten Sanktionen gelten vielmehr gerade der Durchsetzung von Vorschriften, die eine Lähmung und Verfälschung des Wettbewerbs, insbesondere einen die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs beein-

trächtigenden Mißbrauch der Informationsmittel im Wettbewerb, verhindern sollen. Außerdem ist es im wesentlichen eine Frage der materiellen Verbote des Wettbewerbsrechts, ob sie das richtige Maß zwischen Wettbewerbsförderung und Wettbewerbsreinigung treffen; die Verstärkung der Sanktionen kann diese Frage allenfalls deutlicher in Erscheinung treten lassen.

10. *Auswirkungen auf andere Rechtsbereiche*

Die für den Bereich des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb vorgesehene Einführung eines deliktsrechtlichen Ersatzanspruchs und Vertragslösungsrechts für den Abnehmer und die Regelung einer zusammenfassenden Geltendmachung von Ersatzansprüchen durch Verbände kann zwar nicht losgelöst von der vergleichbaren Rechtsentwicklung in anderen Bereichen des Wettbewerbsrechts im weiteren Sinne, des gesamten Wirtschaftsrechts und des Rechts im allgemeinen gesehen werden. Die Bundesregierung ist indessen der Auffassung, daß die behutsame weitere Ausbildung des Rechtsschutzes im UWG die entsprechenden Fragen in den genannten anderen Bereichen weder in der einen noch in der anderen Richtung präjudizieren kann, weil die im Entwurf vorgesehene Lösung ausschließlich aus den besonderen Aufgaben und Bedingungen des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb heraus entwickelt worden ist.

11. *Zu Artikel 1 Nr. 1, 5 bis 8 im einzelnen*

a) **Zu Artikel 1 Nr. 1** (§ 1)

Die Streichung der Worte „und Schadensersatz" in § 1 (Nr. 1) ist eine Folge der zusammenfassenden Regelung der Schadensersatzpflicht im neuen § 13 a (Nr. 6).

b) **Zu Artikel 1 Nr. 5** (§ 13)

1. Der neue § 13 enthält die Bestimmungen des geltenden § 13, soweit sie den Unterlassungsanspruch bei Verstößen gegen das UWG betreffen. Die Bestimmungen über den Schadensersatz (heute § 13 Abs. 2) sind aus Gründen der besseren Übersichtlichkeit in einem neuen § 13 a zusammengefaßt. Neu sind in § 13 die sachlichen und die den Mitgliederbestand betreffenden Voraussetzungen für die Klagebefugnis der sogenannten gewerblichen Klageverbände (§ 13 Abs. 2 Nr. 3), die den Mitgliederbestand betreffenden Voraussetzungen für die Klagebefugnis der Verbraucherverbände (§ 13 Abs. 2 Nr. 4) und das Registrierungserfordernis für gewerbliche Interessenverbände, gewerbliche Klageverbände und Verbraucherverbände als formelle Voraussetzung für die Klagebefugnis (§ 13 Abs. 5). Die Gründe für diese Neuregelungen sind bereits unter IV 6 dargelegt worden.

2. A b s a t z 1 entspricht, abgesehen von der nunmehr in Absatz 2 zusammengefaßten Regelung der personellen Voraussetzungen für die Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs, sachlich dem heutigen § 13 Abs. 1 Satz 2. Durch die Anführung der §§ 8 und 10 sollen auch die in diesen Vorschriften genannten Bestimmungen einbezogen werden, wobei es für den Unterlassungsanspruch auf ein Verschulden nicht ankommt. Der Unterlassungsanspruch nach § 13 dient der Abwehr unlauteren Wettbewerbs. Er setzt eine deliktsrechtliche Beeinträchtigung des Klagebefugten nicht voraus. Durch die Formulierung „der Anspruch auf Unterlassung" soll daher zum Ausdruck gebracht werden, daß der Anspruch nach § 13 von dem Unterlassungsanspruch zu unterscheiden ist, der sich für den nach § 13 a konkret Geschädigten auch ohne besondere Regelung aus allgemeinen deliktsrechtlichen Grundsätzen ergibt.

3. In A b s a t z 2 werden die im heutigen § 13 Abs. 1 und 1 a enthaltenen Regelungen über die Klagebefugnis zusammengefaßt und teilweise neu gestaltet. Unverändert ist das Klagerecht der Gewerbetreibenden, die Waren, gewerbliche Leistungen oder Rechte (Artikel 2 Nr. 2) gleicher oder verwandter Art vertreiben (§ 13 Abs. 2 Nr. 1). Wie nach geltendem Recht („herstellt oder in den geschäftlichen Verkehr bringt") soll es dabei auf die Handelsstufe des Gewerbetreibenden nicht ankommen, also auch ein sogenanntes mittelbares Wettbewerbsverhältnis genügen.

   Für die im heutigen § 13 Abs. 1 genannten Verbände zur Förderung gewerblicher Interessen wird eine differenzierende Regelung getroffen. Gewerbliche Verbände, deren satzungsmäßige Tätigkeit auf die klageweise Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs gerichtet ist (§ 13 Abs. 2 Nr. 3), unterliegen einer besonderen Regelung. Verbände zur Förderung gewerblicher Interessen im engeren Sinne (§ 13 Abs. 2 Nr. 2), also Interessenverbände der Wirtschaft oder des Handels, sollen dagegen ohne entsprechende Voraussetzungen klagebefugt bleiben (oben IV 6 b).

   Nach dem Vorbild des § 13 des AGB-Gesetzes wird die Klagebefugnis der Verbraucherverbände zusätzlich zu den Anforderungen an ihre satzungsgemäße Aufklärungs- und Beratungstätigkeit von bestimmten Voraussetzungen hinsichtlich ihres Mitgliederbestandes abhängig gemacht (§ 13 Abs. 2 Nr. 4; oben IV 6 a). Ebenfalls nach dem Vorbild des AGB-Gesetzes wird die Klagebefugnis der Industrie- und Handelskammern und der Handwerkskammern ausdrücklich geregelt (§ 13 Abs. 2 Nr. 5).

4. A b s a t z 3 entspricht sachlich der Regelung, die § 13 Abs. 1 und 1 a heute für die Klagebefugnis bei Zuwiderhandlungen gegen das Verbot der Angestelltenbestechung (§ 12) enthält. Da es bei diesem Delikt typischerweise nur um Interessen von Gewerbetreiben-

den geht, nämlich um die Interessen des zur Bevorzugung veranlaßten Unternehmens und der infolge der Bevorzugung benachteiligten Wettbewerber, soll hier den Verbraucherverbänden ein Klagerecht nicht zustehen.

5. Absatz 4 entspricht dem geltenden § 13 Abs. 3.

6. Absatz 5 enthält die neue Regelung über die Registrierung als Voraussetzung des Klagerechts der Verbände. Der Land- oder Amtsgerichtspräsident ist als Aufsichtsbehörde gewählt worden, weil er nach dem Rechtsberatungsrecht (§§ 11, 15 der 1. AVO RBerG) für die Erteilung von Erlaubnissen zur Rechtsberatung zuständig ist, es daher naheliegt, ihm auch die Überwachung der gebündelten Geltendmachung (§ 13c Abs. 3 und 5) zu übertragen, und eine einheitliche Kontrolle der Verbandstätigkeit hinsichtlich des Unterlassungsanspruchs und hinsichtlich des Schadensersatzanspruchs zweckmäßig erscheint. Außerdem ist auch die Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs durch Verbände der Sache nach mit den dem Rechtsberatungsrecht unterliegenden Tätigkeiten verwandt, soweit mit dem Anspruch die Interessen der betroffenen Gewerbetreibenden und Verbraucher geltend gemacht werden. Die Registrierung wird gebührenpflichtig werden (Artikel 4). Sie ist eine Justizverwaltungssache im Sinne des § 4 EGGVG. Entscheidungen der Aufsichtsbehörde sind, wie auch sonst im Rahmen des Rechtsberatungsrechts, bei den Verwaltungsgerichten anfechtbar.

c) **Zu Artikel 1 Nr. 6** (§ 13 a bis 13 c)

1. § 13 a Abs. 1 enthält den schon nach geltendem Recht (§ 13 Abs. 2 UWG i.V.m. § 823 Abs. 2 BGB) bestehenden Ersatzanspruch der Mitbewerber, also jener Gewerbetreibenden, die infolge der Zuwiderhandlung Nachteile im Wettbewerb erleiden. Durch die Formulierung „gegen die sich die Zuwiderhandlung richtet" soll klargestellt werden, daß Gewerbetreibende auch dann ersatzberechtigt sein können, wenn sie nicht in ihrer Eigenschaft als Mitbewerber, sondern als Marktpartner des Zuwiderhandelnden geschädigt werden. So steht etwa im Falle des § 12 ein Ersatzanspruch auch dem Unternehmen zu, das infolge der Bestechung seines Angestellten durch den Bestechenden zur Bevorzugung des Bestechenden veranlaßt worden ist, obwohl es mit den Mitbewerbern des Bestechenden günstiger hätte abschließen können. Entsprechendes kann in Fällen der unlauteren Diskriminierung und der Behinderung gelten (oben IV 1 e).

2. Wegen des § 13 a Abs. 2 und 3 (Schadensersatzanspruch der Abnehmer) wird auf die Ausführungen oben IV 1 bis 10, insbesondere 7, verwiesen. Aus dem deliktsrechtlichen Schadensersatzanspruch des Abnehmers ergibt sich nach allgemeinen Rechtsgrundsätzen auch ein Unterlassungsanspruch, falls der Abnehmer an seiner Geltendmachung ein berechtigtes Interesse hat. Da ein solches Interesse in vielen Fällen, insbesondere grundsätzlich in den Fällen der irreführenden Werbung, fehlt, ist eine ausdrückliche Regelung dieses durch § 13 Abs. 2 nicht ausgeschlossenen Anspruchs des konkret Verletzten nicht zweckmäßig. Die Regelung des § 13 a Abs. 2 ist nicht abschließend. Bei anderen Schädigungen von Abnehmern, etwa bei einer unlauteren Diskriminierung von Verbrauchern, kann daher eine Haftung nach § 823 Abs. 2 BGB in Betracht kommen. Die Entwicklung solcher Ansprüche kann aber der Rechtsprechung überlassen bleiben. Absatz 4 entspricht dem geltenden § 13 Abs. 2 Nr. 1 Satz 2.

3. Wegen des in § 13 b geregelten Rücktrittsrechts wird auf die Ausführungen oben IV 8 Bezug genommen. In dem in Absatz 1 Satz 2 zuerst genannten Fall reicht es aus, daß die Werbeangabe auch im Bereich des Händlers irgendwie in Erscheinung getreten ist. Nur im zweiten Fall des Satzes 2 ist eine besondere Beteiligung erforderlich, durch die sich der Händler die Werbung des Herstellers oder Großhändlers gewissermaßen zu eigen macht. Wegen der Folgen des Rücktritts verweist § 13b Abs. 3 bei beweglichen Sachen auf die Regelungen des Abzahlungsgesetzes, weil trotz der rechtlichen Unterschiede zwischen dem dort vorgesehenen Widerrufsrecht und dem Rücktrittsrecht nach § 13b die tatsächliche Interessenlage in beiden Fällen große Ähnlichkeiten aufweist. Die Rücktrittsregeln der §§ 346 ff. BGB treten insoweit zurück, als sie dem Zweck der Regelungen des Abzahlungsgesetzes widersprechen. Wie bei § 463 BGB schließt das Rücktrittsrecht nur die Geltendmachung eines Schadensersatzes wegen Nichterfüllung, nicht die eines Folgeschadens aus.

4. Auch wegen des § 13 c (Geltendmachung abgetretener Ersatzansprüche durch Verbände) wird auf die Ausführungen oben IV 1 bis 10, insbesondere 5, verwiesen. Eine Erlaubnis für die Geltendmachung abgetretener Ansprüche durch die zur Erhebung der Unterlassungsklage befugten und registrierten Verbände (§ 13 Abs. 2 Nr. 2, 3 und 4, Abs. 5) wäre im Hinblick auf die gesetzliche Verpflichtung der Verbände zur Ausschüttung (Absatz 3) nach Artikel 1 § 1 des Rechtsberatungsgesetzes an sich notwendig. Absatz 1 gewährt jedoch eine auf die mit der gebündelten Geltendmachung notwendigerweise verbundenen Tätigkeiten beschränkte gesetzliche Teilerlaubnis, um die zügige Verfolgung von Schadensfällen nicht zu erschweren. Die Formulierung „im Rahmen ihrer satzungsgemäßen Aufgaben" bezieht sich auf § 13 Abs. 2 Nr. 3 und 4 und soll zum Ausdruck bringen,

daß gewerbliche Klageverbände nur für gewerbliche Abnehmer und Verbraucherverbände nur für Verbraucher Ersatzansprüche gebündelt geltend machen dürfen.

Der Sicherung des Abnehmers dient das in Absatz 2 vorgesehene Recht, bis zur Klageerhebung durch den Verband die Rückübertragung des abgetretenen Anspruchs zu verlangen. Die Rückübertragung bei einem Fehlschlag der gebündelten Geltendmachung richtet sich nach § 667 BGB.

Im Interesse des Abnehmers und um einen Mißbrauch der Möglichkeit zur gebündelten Geltendmachung abgetretener Ersatzansprüche zu verhindern, sieht Absatz 3 eine dem § 667 BGB entsprechende Verpflichtung zur Ausschüttung des nach Abzug der der gebündelten Geltendmachung unmittelbar zurechenbaren Unkosten des Verbandes verbleibenden Ersatzbetrags vor. Diese Formulierung soll zum Ausdruck bringen, daß der Verband auch seine allgemeinen Aufwendungen für entsprechende Klagetätigkeiten für jeden einzelnen Rechtsstreit angemessen in Ansatz bringen kann. Die vorgesehene Rechnungslegung gegenüber der Aufsichtsbehörde soll auch sicherstellen, daß hierbei ein sachgerechter Maßstab angelegt wird. Daß der Verband nicht zur Ausschüttung verpflichtet ist, wenn und soweit die Kosten der Ausschüttung den auszuschüttenden Betrag übersteigen würden, und daß eine mögliche Ausschüttung an die Abnehmer je nach dem Erfolg ihrer Ansprüche anteilig vorzunehmen ist, bedurfte keiner besonderen Regelung. Um dem Verband die Berechnung der Kosten bei der Ausschüttung nicht unangemessen zu erschweren, ist eine Anrechnung der Kosten, die wegen einer Teilabweisung des für einen bestimmten Abnehmer geltend gemachten Anspruchs zu tragen sind, auf den an diesen Abnehmer auszuschüttenden Betrag nicht vorgesehen. Die Ausschüttung des erlangten Betrages soll vielmehr so vorgenommen werden, daß nach Abzug der gesamten Unkosten der dann noch verbleibende Betrag so verteilt wird, daß jeder den gleichen Bruchteil des ihm zugesprochenen Schadensersatzes erhält, wobei dieser Bruchteil dem Verhältnis des nach Unkostenabzug zu verteilenden Restbetrags zu dem erlangten Gesamtbetrag entspricht.

Der Verband kann seine Unkosten nur auf diesem Weg auf die Abnehmer abwälzen. Um die Abnehmer vor unübersehbaren Kostenrisiken zu bewahren, ist ein Anspruch auf Aufwendungsersatz im übrigen ausgeschlossen (Absatz 3 Satz 2). Der Verband kann daher, worauf er sich schon bei seinem Entschluß zur gebündelten Geltendmachung einstellen muß, weder im Falle des Unterliegens noch dann, wenn die Unkosten den erlangten Ersatzbetrag übersteigen, von den Abnehmern Ersatz seiner Aufwendungen verlangen. Ansprüche auf Schadensersatz, etwa unter den Voraussetzungen des § 826 BGB, sind damit nicht ausgeschlossen.

Die Möglichkeit zur gebündelten Geltendmachung kann von dem einzelnen geschädigten Verbraucher nur genutzt werden, wenn er darüber unterrichtet wird, daß ein Verband eine solche Geltendmachung beabsichtigt. Andererseits können öffentliche Mitteilungen dieser Art für das betroffene Unternehmen zu erheblichen Beeinträchtigungen führen. Außerdem ist zu berücksichtigen, daß grundsätzlich eine Werbung für rechtsberatende Tätigkeiten verboten ist. Die in Absatz 4 vorgesehenen Verpflichtungen sollen daher einer unnötigen oder in der Form unangemessenen Werbung zur Beteiligung entgegenwirken.

Das Untersagungsrecht der Aufsichtsbehörde nach Absatz 5 soll der (auch einklagbaren) Ausschüttungsverpflichtung und der Rechnungslegungspflicht nach Absatz 3 sowie den für die Unterrichtung nach Absatz 4 geltenden Anforderungen Nachdruck verleihen und für die Zukunft sicherstellen, daß nur solche Verbände zur gebündelten Geltendmachung zugelassen bleiben, die die Gewähr dafür bieten, daß sie sich an die genannten Bestimmungen halten werden.

d) Die Änderung in § 14 Abs. 3 (Nr. 7) ist eine Folgeänderung. Der bisherige § 13 Abs. 3 ist jetzt § 13 Abs. 4.

e) § 15 Abs. 2 muß aus den gleichen Gründen gestrichen werden (Nr. 8) wie § 4 Abs. 2. Auf die Ausführungen unter II 6 d wird Bezug genommen.

V. Zum Verbot des Ausspähens von Geschäfts- oder Betriebsgeheimnissen (Artikel 1 Nr. 9 bis 11)

1. *Geltendes Recht*

a) Das UWG gewährt Geschäfts- oder Betriebsgeheimnissen nur einen sachlich und zeitlich begrenzten Schutz.

1. Es stellt den Verrat solcher Geheimnisse durch Betriebsangehörige unter Strafe (§ 17 Abs. 1), jedoch nur, soweit das Geheimnis während der Dauer des Beschäftigungsverhältnisses verraten wird. Eine Mitteilung oder Verwertung nach Ablauf des Beschäftigungsverhältnisses ist nicht strafbar, weil der Wechsel des Arbeitsplatzes nicht erschwert und die Mobilität auf dem Arbeitsmarkt nicht gestört werden sollen. Es bleibt daher den besonderen Vereinbarungen zwischen den Beteiligten überlassen, ob der Beschäftigte innerhalb einer gewissen Frist nach Beendigung des Beschäftigungsverhältnisses der Verpflichtung zur Geheimhaltung ihm bekannter

Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisse unterliegt; für derartige vertragliche Geheimhaltungsverpflichtungen zahlt der Betrieb häufig eine entsprechende Vergütung.

2. Das Gesetz enthält ferner ein strafrechtliches Verbot der Verwertung des Geheimnisses (§ 17 Abs. 2). Strafbar ist nicht nur die Verwertung von Geheimnissen, die in strafbarer Weise von einem Beschäftigten verraten worden sind (§ 17 Abs. 2 1. Alternative), sondern auch die Verwertung von Geheimnissen, die der Verwerter „durch eine gegen das Gesetz oder die guten Sitten verstoßende eigene Handlung erlangt hat" (§ 17 Abs. 2 2. Alternative). Diese zweite Form des Erlangens umfaßt nicht nur Fälle, in denen der Verwerter selbst oder durch eigene Leute das Geheimnis ausgespäht hat. Sie kann vielmehr auch auf die Fälle eines nicht strafbaren Verrats des Geheimnisses von einem Betriebsangehörigen des Geschäftsbetriebs anwendbar sein, auch dann, wenn das Beschäftigungsverhältnis bereits beendet war, als dieser das Geheimnis verraten hat.

3. Strafbar ist schließlich nach § 20 bereits das erfolglose Verleiten und Erbieten zum Verrat, soweit der Verrat als solcher strafbar wäre; ferner die Annahme eines entsprechenden Erbietens sowie ein Sichbereiterklären nach einem entsprechenden Ansinnen. Auf diese Weise wird ein wirksamer Schutz bereits vor Vollendung des Verrats gewährt.

b) Nicht strafbar ist dagegen nach geltendem Recht das Ausspähen eines Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisses als solches. Es kann bisher nur unzureichend mit dem Einsatz von Strafvorschriften bekämpft werden, die anderen Tathandlungen gelten.

1. Das Ausspähen ist nur im Zusammenhang mit einer nachfolgenden Verwertung strafbar (§ 17 Abs. 2). Da der Versuch des Vergehens nach § 17 Abs. 2 nicht strafbar ist, kann das Ausspähen auch nicht als Versuch unlauteren Verwertens bestraft werden.

2. Hat sich der Betriebsangehörige zum Verrat bereiterklärt oder erboten oder hat ihn jemand zum Verrat zu verleiten gesucht, so machen sich der Betriebsangehörige und der Dritte damit bereits nach § 20 strafbar, ohne daß ein späteres Ausspähen noch hinzuzutreten brauchte. Immerhin wird damit ein gewisser Schutz im Vorfeld der Ausspähung erreicht, sofern die Ausspähung von einem Betriebsangehörigen vorgenommen und das ausgespähte Geheimnis während der Dauer des Beschäftigungsverhältnisses verraten werden soll. Keinen ausreichenden Schutz gewährt § 20 jedoch in den Fällen, in denen der Betriebsangehörige das Geheimnis erst nach Ablauf des Beschäftigungsverhältnisses verraten soll und in denen das Geheimnis von jemandem ausgespäht werden soll, der dem Betrieb nicht angehört, etwa von Spionen des Verwerters. In diesen Fällen macht sich der Auftraggeber (nicht der Ausspähende) erst strafbar, wenn er das Geheimnis verwertet.

2. *Notwendigkeit der Bekämpfung der Betriebsspionage*

Die fehlende Strafbarkeit des Ausspähens eines Geschäfts- und Betriebsgeheimnisses wird von der Wirtschaft bei ihren Bemühungen zur Abwehr der Betriebsspionage als nachteilig beklagt. Die Betriebsspionage hat in den letzten Jahren erhebliche Ausmaße angenommen. Die Wirtschaft hat hiergegen zwar bereits wirksame Selbsthilfemaßnahmen ergriffen. Solche Maßnahmen sind jedoch unzureichend, solange das bloße Ausspähen eines Geschäfts- und Betriebsgeheimnisses nicht mit einem strafrechtlichen Risiko verbunden ist. Diese Strafbarkeitslücke wirkt geradezu als Anreiz für eine mit großem Einsatz betriebene Spionage, die für die Täter insbesondere dann praktisch ungefährlich ist, wenn die Verwertung im Ausland stattfindet.

Hinzu kommt, daß Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse für die deutsche Wirtschaft, insbesondere für ihren Export, unter dem Sammelbegriff des „know how" eine ständig zunehmende Bedeutung erlangt haben. Dieser Bedeutung trägt auch § 21 GWB Rechnung, der die Vorschriften über Lizenzverträge in bezug auf Patente, Gebrauchsmuster und Sortenschutzrechte (§ 20 GWB) hinsichtlich des „know how", soweit er ein Betriebsgeheimnis darstellt, für entsprechend anwendbar erklärt.

3. *Beschränkung auf typische Fälle*

Die Bundesregierung folgt mit der vorgesehenen Neufassung des § 17 Abs. 2 Nr. 1 in der Sache einer Empfehlung der Sachverständigenkommission Wirtschaftskriminalität.

Entsprechend dieser Empfehlung stellt der Entwurf bei der Beschreibung des Tatbestandes auf einzelne typische und besonders gefährliche Erscheinungsformen des Ausspähens ab. Dieser Beschränkung des Tatbestandes liegt die Erwägung zugrunde, daß es zu weit gehen würde, alle Fälle des unbefugten Sichverschaffens eines Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisses unter den im neuen Absatz 2 genannten subjektiven Voraussetzungen auch ohne das weitere Merkmal des unbefugten Verwertens in den Strafschutz einzubeziehen. Dies würde für das Wirtschaftsleben zu schwer erträglichen Unsicherheiten über die Grenze zwischen einer strafbaren und einer straflosen Informationserlangung führen. Zwar wird auch in Nummer 2 das unbefugte Sichverschaffen als Tatbestandsmerkmal verwendet, jedoch in Verbindung mit der einschränkenden weiteren Voraussetzung, daß ein Verwerten hinzutreten muß. Auf diese Weise wird einer zu weiten Ausdehnung der Strafbarkeit entgegengewirkt. Aus diesen Gründen sollen nur die Fälle der Betriebsspionage mit Strafe bedroht werden, die unter Einsatz von „Verkörperungen" und anderen technischen Mitteln durchgeführt werden, Fälle, die sich einerseits als besonders gefährlich erwiesen haben und bei denen ande-

rerseits wegen der Verkörperung des Geheimnisses oder wegen des Einsatzes technischer Hilfsmittel ein Nachweis am ehesten möglich ist.

Der weiteren Eingrenzung dienen die in § 17 Abs. 1 und (teilweise) 2 bereits enthaltenen Merkmale „zu Zwecken des Wettbewerbs oder aus Eigennutz oder zugunsten eines Dritten oder in der Absicht, dem Inhaber des Geschäftsbetriebs Schaden zuzufügen", sowie das Erfordernis, daß das Ausspähen „unbefugt", d. h. gegen den tatsächlichen oder mutmaßlichen Willen des Inhabers oder Leiters des Geschäftsbetriebs, vorgenommen werden muß.

Unter diesen Voraussetzungen erscheinen die Strafbarkeitsvoraussetzungen des Ausspähens in praktikabler Weise abgegrenzt, ohne daß der Wirksamkeit der Vorschrift damit entscheidende Hindernisse in den Weg gelegt würden. Die Vorschrift fügt sich außerdem in die Struktur des § 17 ohne Schwierigkeiten ein. Eine Änderung des § 18 ist in diesem Zusammenhang nicht erforderlich. Die Bundesregierung hält eine solche Änderung mit der Sachverständigenkommission auch nicht für zweckmäßig.

4. *Zu Artikel 1 Nr. 9 bis 11 im einzelnen*

a) Bei Nummer 9a handelt es sich um eine Anpassung der in § 17 Abs. 1 genannten Beweggründe an die neue Fassung des Absatzes 2 (siehe unten b, (6)).

b) **Zu Nummer 9 b** (§ 17 Abs. 2)

1. Mit dem Merkmal der heimlichen „Anwendung technischer Mittel" in Absatz 2 Nr. 1 Buchstabe a soll der Einsatz aller im weitesten Sinne der Technik zuzurechnenden Vorrichtungen erfaßt werden, die dem Sichverschaffen von Geschäfts- oder Betriebsgeheimnissen dienen können, insbesondere etwa der Einsatz von Ablichtungsgeräten, Fotoapparaten, Filmkameras, Abhörvorrichtungen, Kleinsende- oder Empfangsgeräten. Eine Regelung zusätzlich zu der Tatbestandsalternative des Buchstaben b ist erforderlich, weil zwar der Einsatz eines Teils dieser „technischen Mittel" zu einer Verkörperung des Geheimnisses im Sinne des Buchstaben b führt, der Einsatz anderer technischer Mittel jedoch nicht.

   Mit dem Merkmal der „heimlichen" Anwendung technischer Mittel sollen insbesondere etwa die Fälle einer Ablichtung zur internen Information von Betriebsangehörigen aus dem Bereich der Strafbarkeit ausgeschieden werden. Die nicht heimliche Anfertigung derartiger Ablichtungen soll den objektiven Tatbestand der neuen Vorschrift nicht erfüllen. Andernfalls würden in vielen Fällen einer offenen Informationsbeschaffung im Unternehmen nur noch die subjektiven Tatbestandsvoraussetzungen vor einer Strafbarkeit bewahren. Aus dem gleichen Grunde soll etwa auch das Benutzen des Telefons zur Erlangung der Kenntnis von einem Geheimnis als solches nicht unter Buchstabe a fallen. Unter einer „heimlichen" Anwendung technischer Mittel soll ein Handeln zu verstehen sein, das aus der Sicht des Täters gegen die Kenntnisnahme seitens der Betriebsleitung abgesichert werden soll. Das Sichverschaffen soll daher von Vorkehrungen begleitet werden oder unter Ausnutzung von Umständen vor sich gehen müssen, die nach der Vorstellung des Täters eine solche Kenntnisnahme ausschließen sollen.

2. Mit dem in Buchstabe b verwendeten Begriff der „verkörperten Wiedergabe" eines Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisses soll jede Form der Vergegenständlichung eines Geheimnisses erfaßt werden, die dazu bestimmt ist, das Geheimnis festzuhalten, damit es anderen offenbart werden kann. Dies trifft nicht zu auf Gegenstände, die als solche Objekt des Geheimnisschutzes sind, z. B. auf ein geheimes technisches Gerät. Insofern bieten die strafrechtlichen Eigentumsdelikte einen ausreichenden Schutz. Es geht vielmehr um ein Mittel, das aus sich heraus dazu dienen kann, das Geheimnis oder wesentliche Teile hiervon einem anderen mitzuteilen. Dabei kann es sich beispielsweise um Ablichtungen, Fotografien, Zeichnungen, Tonbandaufzeichnungen, Texte und Abschriften handeln. Auch hier ist indessen aus den gleichen Gründen wie bei Buchstabe a erforderlich, daß die verkörperte Wiedergabe „heimlich" hergestellt wird.

3. Mit dem Merkmal der „Wegnahme" der Wiedergabe in Buchstabe c sollen alle Maßnahmen erfaßt werden, mit denen jemand ein Geheimnis so an sich bringt, daß er in die Lage versetzt wird, es an einen anderen weiterzugeben. Dies setzt voraus, daß er nicht schon ohne die Maßnahme im Besitz des Geheimnisses oder seiner Wiedergabe, also in der Lage war, das Geheimnis ohne weiteres an andere weiterzugeben, und daß der Täter die Wiedergabe gegen den Willen des Besitzers an sich bringt.

4. Das Sichverschaffen des Geheimnisses muß „unbefugt" sein. Mit diesem Merkmal soll klargestellt werden, daß nicht jede Informationssammlung in einem Betrieb, die die übrigen Voraussetzungen der Nummer 1 erfüllt, die berechtigten Geheimhaltungsinteressen des Geheimnisinhabers in strafwürdiger Weise verletzt. Soweit jemand etwa im Rahmen der ihm in einem Betrieb übertragenen Aufgaben oder aufgrund seiner geschäftlichen Beziehungen zu dem Betrieb oder bei einer Besichtigung des Betriebs von geheimen Betriebsvorgängen oder Unterlagen Kenntnis erlangt, werden sie ihm befugt zugänglich gemacht. Unbefugt handelt nur, wer sich gegen den ausdrücklichen oder mutmaßlichen Willen des Geheimnisinhabers oder etwa aufgrund einer durch List erschlichenen Zustimmung des Inhabers Zugang zu den betrieblichen Informationen durch eine darauf gerich-

tete Tätigkeit verschafft, diesen Zugang also nicht etwa nur zufällig erlangt.

5. In A b s a t z 2 Nr. 2 werden wie in dem bisherigen Absatz 2 die Fälle des unbefugten Verwertens eines unbefugt erlangten Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisses zusammengefaßt. Dabei entspricht die erste Alternative der bisherigen ersten Alternative. Die zweite Alternative knüpft an die in der Nummer 1 neu vorgesehenen Ausspähungshandlungen an. Die dritte Alternative soll das unbefugte Verwerten eines unbefugt erlangten Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisses unter Strafe stellen. Die geltende Regelung, die darauf abstellt, daß der Täter das Geheimnis „durch eine gegen das Gesetz oder die guten Sitten verstoßende eigene Handlung" erlangt hat, hat sich wegen des Merkmals der „guten Sitten" als schwer anwendbar erwiesen. Die neue Regelung erfaßt zwar nunmehr alle Fälle des „unbefugten" Erlangens, also auch ein unbefugtes Ausspähen, das nicht in den besonders gefährlichen Formen der Nummer 1 vorgenommen worden ist. Das Merkmal des „unbefugten" Sichverschaffens stellt jedoch klarer das geschützte Rechtsgut, das Geheimhaltungsinteresse des Geheimnisträgers, heraus. Dieses Merkmal, das auch in anderen vergleichbaren Tatbeständen des Strafgesetzbuchs (vgl. z. B. §§ 201 ff. StGB) verwendet wird, ist in Verbindung mit den subjektiven Merkmalen sowie durch das zusätzliche Tatbestandsmerkmal des Verwertens hinreichend eingeengt.

6. Die für Nummer 1 und Nummer 2 des Absatzes 2 gemeinsamen subjektiven Tatvoraussetzungen stimmen mit einer Ausnahme mit den im geltenden § 17 Abs. 1 genannten überein. Zusätzlich ist hier und in § 17 Abs. 1 (Artikel 1 Nr. 9 a) das Merkmal „zugunsten eines Dritten" aufgenommen worden. Damit sollen die Fälle des Ausspähens erfaßt werden, bei denen der Täter weder wettbewerbliche Interessen anderer fördern will, also nicht „zu Zwecken des Wettbewerbs" handelt, noch aus Eigennutz oder in Schädigungsabsicht handelt. Gemeint ist z. B. der ideologisch motivierte Täter, der im Interesse eines anderen Staates handelt.

c) **Zu Nummer 9 c** (§ 17 Abs. 5)

In § 17 Abs. 5 wird entsprechend den Empfehlungen der Sachverständigenkommission Wirtschaftskriminalität ein besonderer Strafaufhebungs- oder -milderungsgrund geschaffen, der der Tatsache Rechnung trägt, daß mit den in § 17 Abs. 2 Nr. 1 genannten Handlungen der Bruch des Geheimnisses erst vorbereitet wird, daß es sich also dem Wesen nach um ein Versuchsdelikt handelt. Die dem Täter gebotene Möglichkeit, sich von der bereits verwirkten Strafe zu befreien, eröffnet die Chance, das bereits ausgespähte Geheimnis doch noch davor zu schützen, daß es durch einen Verrat oder durch eine Mitteilung an andere verletzt wird. Sie wird sich daher im Ergebnis zugunsten des Geheimnisschutzes auswirken. Die Formulierung übernimmt weitgehend die im Strafgesetzbuch, etwa in § 83 a StGB, üblichen Bestimmungen über die tätige Reue.

d) **Zu Nummer 10** (§ 20)

Da die Absätze 1 und 2 in § 20 ihrem Wesen nach jedenfalls teilweise Tatbestände der versuchten Teilnahme enthalten, wird durch § 20 Abs. 3 insoweit § 31 StGB (Rücktritt vom Versuch der Beteiligung) für entsprechend anwendbar erklärt.

e) **Zu Nummer 11** (§ 22)

1. Wegen der besonderen Gefährlichkeit der progressiven Kundenwerbung soll § 6 c ebenso wie bisher bereits § 4 von der Regel des § 2 2 A b s. 1 Satz 1 ausgenommen werden, daß die im UWG enthaltenen Straftaten nur auf Antrag verfolgt werden.

2. Die Vorschriften der §§ 17, 18 und 20 dienen in erster Linie dem Schutz des Unternehmens vor einem Bruch seiner Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse. Sie sind daher bisher Antragsdelikte. Da der Schutz von Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse aber gerade in einer immer stärker auf die Sicherung von „know now" angewiesenen Wirtschaft auch im öffentlichen Interesse liegt und andererseits die betroffenen Unternehmen nicht selten aus den verschiedenartigsten Gründen zögern, Strafantrag zu stellen, sieht der neue § 2 2 A b s. 1 Satz 2 vor, daß die Tat, falls die Strafverfolgungsbehörde wegen des besonderen öffentlichen Interesses an der Strafverfolgung ein Einschreiten von Amts wegen für erforderlich hält, auch ohne Strafantrag verfolgt werden kann. Der Begriff des öffentlichen Interesses wird anhand von zwei Beispielen näher beschrieben, die keine abschließende Aufzählung darstellen.

3. Für die Antragsdelikte der §§ 12 (Bestechung von Angestellten) und 15 (geschäftliche Verleumdung) soll es dabei bleiben, daß antragsberechtigt die Verletzten sind (§ 77 Abs. 1 StGB) und daß im Falle des § 12 zusätzlich auch die Mitbewerber und gewerbliche Interessen- und Klageverbände sowie die Kammern, nicht aber Verbraucherverbände, antragsberechtigt sind, weil diese Tatbestände nur für Gewerbetreibende Bedeutung haben. In § 2 2 A b s. 1 Satz 3 soll klargestellt werden, daß das Antragsrecht den genannten Verbänden nur nach einer Registrierung nach § 13 Abs. 5 zusteht.

4. In § 2 2 A b s. 2 Satz 1 soll das künftig auch im Falle des § 6 c gegebene Privatklagerecht (Artikel 2) allen nach § 13 Klagebefugten gewährt werden. Bisher stand es neben dem Verletzten nur den Mitbewerbern und den gewerblichen Verbänden zu. Durch die Einführung der in § 13 Abs. 2 Nr. 3 und 4 vorgesehenen einschränkenden Voraussetzungen

für die Tätigkeit und den Mitgliederbestand der gewerblichen Klageverbände und der Verbraucherverbände sowie durch das Registrierungserfordernis nach § 13 Abs. 5 wird einem möglichen Mißbrauch ausreichend vorgebeugt. Eine Ungleichbehandlung beider Arten von Verbänden erscheint danach nicht mehr gerechtfertigt. Das Privatklagerecht bei § 12 (§ 22 Abs. 2 Satz 2) folgt weiterhin dem Antragsrecht nach § 22 Abs. 1 Satz 3.

VI. Zu den verfahrensrechtlichen Änderungen (Artikel 1 Nr. 12 bis 15)

1. *Zu Nr. 12, 13 und 15 (Streitwertherabsetzung, Zuständigkeit der Landgerichte, Einigungsstellen)*

Die vom Bundesminister der Justiz veranlaßte Rechtstatsachenforschung hat ergeben, daß sich die besonderen verfahrensrechtlichen und institutionellen Vorschriften des UWG in der Praxis bewährt haben, daß aber zum Teil von ihnen noch nicht der nach geltendem Recht mögliche Gebrauch gemacht worden ist. Soweit diese Zurückhaltung auf einer Unkenntnis der gesetzlichen Bestimmungen beruht, wird dem durch eine verstärkte Aufklärungsarbeit, insbesondere von Seiten der gewerblichen Verbände und der Verbraucherverbände sowie ihrer Dachorganisationen, zu begegnen sein. An drei Stellen hat sich das geltende Recht jedoch als unklar oder im Interesse des Verbraucherschutzes verbesserungsbedürftig erwiesen:

a) **Zur Streitwertherabsetzung** (Nummer 12)

Nach § 23 a kann das Gericht den Streitwert einseitig zugunsten einer Partei herabsetzen, wenn die Belastung dieser Partei mit den vollen Prozeßkosten nach dem an sich angemessenen Streitwert „ihre wirtschaftliche Lage erheblich gefährden würde". Diese durch die Novelle von 1965 aus dem Patentrecht (§ 53 PatG) in das UWG übernommene Vorschrift ist ihrem Wortlaut nach auf Unternehmen oder Privatpersonen (Erfinder) zugeschnitten. Ihre Anwendung auf Verbände hat in der Praxis dann Schwierigkeiten bereitet, wenn diese Verbände ganz oder zu wesentlichen Teilen aus öffentlichen Mitteln subventioniert werden oder wenn ihre Tätigkeit dem Schwergewicht nach in der Ausübung der ihnen im Interesse des lauteren Wettbewerbs durch das UWG gewährten Klagebefugnis liegt.

Bei der Handhabung des § 23 a haben sich Zweifel ergeben, ob bei der Bestimmung der wirtschaftlichen Lage auch die Belastung des Verbandes aus seiner übrigen Klagetätigkeit zu berücksichtigen ist. Der neue § 23 a Abs. 2 Satz 1 soll deshalb klarstellen, daß sie berücksichtigt werden muß. Es wäre widersprüchlich, die Kosten der Aufklärungsarbeit der klagebefugten Verbände bei der Bestimmung der wirtschaftlichen Lage voll zu berücksichtigen, die der Klagetätigkeit dagegen nicht. Zwar hat es der Verband letztlich selbst in der Hand, den Umfang seiner Klagetätigkeit zu bestimmen. Einem möglichen Mißbrauch der Klagetätigkeit wird indessen durch die neuen Vorschriften in § 13 Abs. 2 Nr. 3 und 4, Abs. 5 und § 13 c Abs. 3, 4 und 5 entgegengewirkt werden.

Es erscheint ferner nicht gerechtfertigt, Zuwendungen der öffentlichen Hand der „wirtschaftlichen Lage" des Verbandes zuzurechnen. Sie dienen der Durchsetzung des Allgemeinwohls bei der Anwendung des UWG, also dem Interesse aller am Wettbewerb Beteiligten. Mit ihrer Anrechnung würden sich außerdem zwei dem gleichen Ziel der Ermöglichung einer Klagetätigkeit der Verbände dienende staatliche Maßnahmen (die Subvention und die Handhabung des § 23 a) widersprechen. Eine solche Zurechnung würde schließlich im Hinblick auf die Finanzkraft des Staates einerseits und die Ungewißheit einer möglichen Ausweitung der staatlichen Zuwendungen andererseits zu praktisch unlösbaren Schwierigkeiten führen. Durch den neuen § 23 a Abs. 2 Satz 2 soll daher nunmehr klargestellt werden, daß Zuwendungen der öffentlichen Hand bei der Bestimmung der „wirtschaftlichen Lage" außer Betracht bleiben müssen. Inwieweit private Zuwendungen an einen Verband, soweit sie nicht vom geltenden § 23 a Abs. 1 Satz 2 erfaßt werden, als Verbesserung der wirtschaftlichen Lage des Verbandes anzusehen sind, soll im Hinblick auf die Verschiedenartigkeit der in Betracht kommenden Fallgestaltungen der Rechtsprechung überlassen bleiben.

Beruhen die Einnahmen des Verbandes ausschließlich auf öffentlichen Zuwendungen, so ist eine „wirtschaftliche Lage" und damit ein Maßstab für die Bestimmung des angemessenen Teils des Streitwerts nicht vorhanden. Deshalb sieht der neue § 23 a Abs. 2 Satz 3 für diese Fälle einen Regelstreitwert vor, der unter Berücksichtigung der Praxis des Landgerichts Berlin bei Klagen des Verbraucherschutzvereins 5000 DM beträgt. Durch § 23 a Abs. 2 Satz 4 soll ausdrücklich klargestellt werden, daß es sich hierbei nur um einen Richtwert für das Gericht handelt, von dem, etwa bei der Geltendmachung geringerer Abnehmerersatzansprüche, nach unten, bei einem besonders hohen allgemeinen Streitwert aber auch einmal nach oben abgewichen werden kann.

b) **Zur Zuständigkeit der Landgerichte** (Nummer 13)

Um gerade auch hinsichtlich der neuen sanktionsrechtlichen Bestimmungen des Gesetzes eine einheitliche Rechtsprechung zu gewährleisten und die Sachkunde der bei zahlreichen Landgerichten gebildeten Spezialkammern für gewerblichen Rechtsschutz nutzen zu können, sieht der neue § 26 Abs. 1 nach dem Vorbild des § 14 des AGB-Gesetzes für alle Klagen auf Grund des UWG die Zuständigkeit der Landgerichte vor. Die Formulierung lehnt sich an die des § 51 Abs. 1 PatG an. Im Hinblick auf die durch die genannten neuen Bestimmungen weiter verstärkte Einbeziehung

des Verbraucherschutzes in das Gesetz erscheint es ferner nicht mehr gerechtfertigt, UWG-Streitsachen grundsätzlich vor die Kammern für Handelssachen zu verweisen. Handelssachen sollen daher künftig nur noch Streitigkeiten zwischen Gewerbetreibenden sein, die nicht den geschäftlichen Verkehr mit dem letzten Verbraucher im Sinne des § 27 a Abs. 3 Satz 1 betreffen.

c) **Zu den Einigungsstellen** (Nummer 15)

Bei den Industrie- und Handelskammern und den bei diesen ohne besondere Rechtsgrundlage bestehenden Schlichtungsstellen geht, wie die rechtstatsächlichen Ermittlungen ergeben haben, eine erhebliche Zahl von Verbraucherbeschwerden ein, darunter ein wesentlicher Teil zu wettbewerbsrechtlich erheblichen Tatbeständen. Dies zeigt, daß die Kammern auch in den Augen der Verbraucher großes Vertrauen und Ansehen genießen. Die Verbraucherbeschwerden sind bisher ausnahmslos als formlose Bitten um Unterstützung gemeint gewesen und aufgefaßt worden. Die Schlichtungsstellen der Kammern haben in informeller, jedoch sehr erfolgreicher Weise versucht, Abhilfe zu schaffen.

Es hat sich indessen als nachteilig erwiesen, daß zumindest unklar ist, ob die bei den Kammern nach § 27 a bestehenden Einigungsstellen „zur Beilegung von Wettbewerbsstreitigkeiten in der gewerblichen Wirtschaft" nicht nur für Beschwerden von Gewerbetreibenden und gewerblichen Verbänden, sondern auch für Beschwerden der Verbraucherverbände zur Verfügung stehen, wofür § 27 a Abs. 3 spricht. Jedenfalls sind für Verbraucherverbände bisher die begrenzten Zwangsmittel dieser Einigungsstellen (Anordnung des persönlichen Erscheinens, Ordnungsgeld bei unentschuldigtem Ausbleiben) noch nicht eingesetzt worden. Die Einführung eines Ersatzanspruchs für den Verbraucher und der Möglichkeit einer zusammenfassenden Geltendmachung dieser Ansprüche durch Verbraucherverbände macht es erforderlich, auch den Verbrauchern und ihren Verbänden den Zugang zu den Einigungsstellen zu öffnen. Damit soll zugleich den Schlichtungsstellen für ihre erfolgreiche Tätigkeit der Rücken gestärkt werden.

In § 27 a Abs. 1 (Nummer 15 a) sollen daher die Worte „zur Beilegung von Wettbewerbsstreitigkeiten in der gewerblichen Wirtschaft" durch die Worte ersetzt werden „zur Beilegung von bürgerlichen Rechtsstreitigkeiten, in denen ein Anspruch auf Grund dieses Gesetzes geltend gemacht wird".

Die Besetzung der Einigungsstellen mit einer gleichen Anzahl von Gewerbetreibenden und Verbrauchern (Absatz 2 Satz 1; Nummer 15 b) soll dem Verbraucher die Anrufung erleichtern. Die bisherige Besetzung mit einem Vorsitzenden und mindestens zwei Gewerbetreibenden als Beisitzer soll nur für Streitigkeiten, an denen weder ein Verbraucher noch ein Verbraucherverband beteiligt ist, beibehalten werden. Die branchenbezogene „Sachverständigkeit" der Gewerbetreibenden soll, auch im Hinblick auf die Verbraucher-Beisitzer, die in der Regel nur über allgemeine, nicht branchenbezogene Marktkenntnisse verfügen, nicht mehr besonders gefordert werden.

Nummer 15 c ist eine Folgeänderung aus Nummer 5 und 6.

Nummer 15 d soll eine Mitwirkung der Verbraucherverbände bei der Aufstellung der Beisitzerlisten sicherstellen.

2. *Zu Nummer 11 (Beteiligung von Kartellbehörden)*

a) **Notwendigkeit einer wechselseitigen Unterrichtung zwischen den UWG-Gerichten und den Kartellbehörden**

Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb und das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen befassen sich trotz ihrer dem Schwerpunkt nach unterschiedlichen Zielsetzungen nicht selten mit ähnlichen Sachverhalten. So können ein Boykott, eine unbillige Behinderung oder eine Diskriminierung auch dann, wenn die besonderen Voraussetzungen des § 26 GWB nicht erfüllt sind, im Hinblick auf die besonderen Umstände des Einzelfalles nach § 1 UWG unzulässig sein. Ebenso kann der Mißbrauch einer marktbeherrschenden Stellung sowohl nach § 22 GWB als auch nach § 1 UWG unzulässig sein, wobei auch hier die Anwendungsbereiche beider Vorschriften nicht übereinzustimmen brauchen.

Bei diesen und ähnlichen Fällen erweist es sich als zweckmäßig, die Information zwischen den das UWG anwendenden Gerichten und den zur Durchsetzung der Vorschriften des GWB berufenen Behörden zu verbessern. Eine solche wechselseitige Information erscheint auch deswegen wünschenswert, weil die UWG-Gerichte gerade in jüngster Zeit in einer von allen Beteiligten begrüßten Reihe von Entscheidungen die Vorschrift des § 1 UWG auf ein Wettbewerbsverhalten angewendet haben, das in der „Gemeinsamen Erklärung von Organisationen der gewerblichen Wirtschaft" vom November 1975 aufgeführt und zum Gegenstand von nach § 28 GWB eingetragenen Wettbewerbsregeln gemacht worden war (vgl. BGH vom 17. Dezember 1976, BB 1977, 262 — Eintrittsgeld — zu Nummer 1 der Gemeinsamen Erklärung; BGH vom 3. Dezember 1976, BB 1977, 158 — Schaufenstermiete — zu Nummer 2; OLG Hamm vom 16. Dezember 1976, BB 1977, 668 — Werbekostenzuschuß — zu Nummer 3; LG Saarbrücken vom 23. November 1976, BB 1977, 9, und vom 9. November 1977, BB 1978, 60, OLG Saarbrücken vom 6. April 1977, BB 1977, 710 — Preisauszeichnung durch den Lieferanten — zu Nummer 4 der Gemeinsamen Erklärung). Diese Information soll einmal einer wechselseitigen Unterrichtung in tatsächlicher Hinsicht dienen, zu einer Unterrichtung der Gerichte allerdings nur, soweit die von den Kartellbehörden mitgeteilten Tatsachen zum

Inhalt eines Parteivortrags gemacht worden sind. Zum anderen soll den UWG-Gerichten einerseits und den Kartellbehörden andererseits die Möglichkeit gegeben werden, frühzeitig auch von der rechtlichen Bewertung des Falles nach dem jeweils anderen Gesetz (GWB, UWG) Kenntnis zu nehmen.

Nach geltendem Recht ist eine solche Information nur in einer bestimmten Gruppe von Fällen gesichert. Nach § 90 Abs. 4 GWB sind die Vorschriften des Kartellgesetzes (§ 90 Abs. 1 und 2 GWB) über die Unterrichtung und Beteiligung des Bundeskartellamtes an Kartellstreitsachen auch auf Streitsachen anwendbar, die die Durchsetzung eines nach § 16 GWB gebundenen Preises für Verlagserzeugnisse gegenüber einem gebundenen Abnehmer oder einem anderen Unternehmen zum Gegenstand haben. Soweit die Preisbindung gegenüber anderen Unternehmen als den gebundenen Abnehmern auf der Grundlage des § 1 UWG durchgesetzt wird, sind daher die angerufenen UWG-Gerichte verpflichtet, das Bundeskartellamt zu benachrichtigen (§ 90 Abs. 1 GWB). Ein Vertreter des Bundeskartellamtes kann gegenüber dem Gericht schriftliche Erklärungen abgeben, auf Tatsachen und Beweismittel hinweisen, den Terminen beiwohnen, in ihnen Ausführungen machen und Fragen an Parteien, Zeugen und Sachverständige richten (§ 90 Abs. 2 GWB).

Die Bundesregierung hält es für erforderlich, den Bereich dieser gesetzlich vorgesehenen Information auf alle Fälle auszudehnen, in denen wie in den genannten Fällen des § 90 Abs. 4 GWB eine Anwendung sowohl des GWB als auch des UWG in Betracht kommt. Eine wechselseitige Unterrichtung der in UWG-Sachen tätigen Gerichte und der Kartellbehörden erweist sich insbesondere in den Fällen als notwendig, in denen sowohl § 1 UWG als auch § 26 GWB, etwa wegen einer Diskriminierung von Marktpartnern oder einer Behinderung von Mitbewerbern oder Marktpartnern (vgl. § 26 Abs. 2 Satz 1 und 2 GWB), als Anspruchsgrundlagen in Betracht zu ziehen sind. Es erscheint in solchen Fällen mit dem Zweck des § 90 GWB nicht vereinbar, daß eine Unterrichtung und Beteiligung der Kartellbehörden nicht möglich ist, wenn die Klage auf § 1 UWG gestützt ist, obwohl nach dem gleichen Sachverhalt auch eine Anwendung des § 26 GWB möglich wäre. Aber auch soweit das Kartellrecht nur eine Eingriffsermächtigung oder eine Kontrollbefugnis, jedoch keine zivilrechtlichen Ansprüche gewährt, wie etwa in den Fällen der §§ 22 und 28 GWB, erscheint eine Möglichkeit zur wechselseitigen Unterrichtung erforderlich.

b) **Zu Artikel 1 Nr. 14 im einzelnen**

Die Vorschrift des neuen § 27 knüpft aus diesen Gründen an die Voraussetzung an, daß auf die zum Gegenstand der UWG-Klage gemachte Handlung sowohl Verbotsvorschriften des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (in aller Regel: § 1) als auch Vorschriften des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen Anwendung finden können. Besonders hervorgehoben werden dabei die Fälle einer unlauteren Behinderung oder Diskriminierung, weil in diesem Bereich die Überschneidungen des Anwendungsbereichs am häufigsten sein werden. Mit der weiten Formulierung „Vorschriften" sollen auch solche Normen des GWB erfaßt werden, die kein im Falle ihrer Verletzung Ansprüche gewährendes Verbot enthalten, denn auch bei solchen Normen erscheint eine wechselseitige Unterrichtung der Gerichte und der Kartellbehörden zweckmäßig. Dies soll durch die beispielsweise Nennung der §§ 22 und 28 verdeutlicht werden. Für den Anwendungsbereich des § 28 GWB (Wettbewerbsregeln) soll das Erfordernis einer möglichen Anwendung sowohl von Vorschriften des UWG als auch von Vorschriften des GWB sinngemäß zum Ausdruck bringen, daß eine Unterrichtung und Beteiligung der Kartellbehörden in dem Überschneidungsbereich der in § 28 Abs. 2 GWB genannten beiden Voraussetzungen eines den Grundsätzen des lauteren Wettbewerbs oder der Wirksamkeit eines leistungsgerechten Wettbewerbs zuwiderlaufenden Wettbewerbsverhaltens in Betracht kommt, also im Bereich der erwähnten neueren Entscheidungen des Bundesgerichtshofs und der Instanzgerichte. Mit der Anführung des § 26 GWB wird klargestellt, daß über die bereits ausdrücklich genannten Fälle der Behinderung und Diskriminierung (§ 26 Abs. 2 GWB) hinaus § 27 auch im Falle des § 26 Abs. 1 GWB (Boykott) Anwendung finden soll.

Anders als in § 90 GWB ist die Unterrichtung des Bundeskartellamtes in das Ermessen des Gerichts gestellt, um das Bundeskartellamt nicht mit Fällen zu belasten, bei denen sein Interesse an einer Unterrichtung aus der Sicht des Gerichts ausgeschlossen werden kann, wie etwa bei rein lokalen Fällen von geringer wettbewerblicher Bedeutung. Da das Gericht aber das Informationsinteresse des Bundeskartellamtes letztlich nicht von sich aus feststellen kann, ist vorgesehen, daß das Bundeskartellamt auch in solchen Fällen, in denen es nicht unterrichtet worden ist, jedoch in anderer Weise von dem Verfahren erfährt, eine Unterrichtung beantragen kann. Mit der im UWG, etwa in § 23 a, bekannten Formulierung „durch die Klage" wird eine Anwendung der Vorschrift im Verfahren der einstweiligen Verfügung nicht ausgeschlossen. Das Beteiligungsrecht nach Absatz 2 entspricht weitgehend § 90 Abs. 2 GWB. Im Hinblick auf den zivilrechtlichen Charakter des UWG wird von einer Regelung über die Bestellung eines Vertreters der Kartellbehörden abgesehen. Soweit im übrigen in der Formulierung des Absatzes 2 von § 90 Abs. 2 GWB abgewichen wird, erscheint eine ausdrückliche Regelung entbehrlich. Das Beteiligungsrecht ist unabhängig von der Unterrichtung nach Absatz 1 gegeben. Wie in § 90 Abs. 3 GWB ist die Zuständigkeit der Landeskartellbehörden vorgesehen, wenn die wettbewerbliche oder wettbewerbsrechtspolitische Bedeutung des Falles nicht über die Landesgrenze hinausreicht.

VII. Zu Artikel 2 (Änderung der Strafprozeßordnung)

Artikel 2 ergänzt als Folge von Artikel 1 Nr. 11 (§ 22) die Aufzählung der Privatklagedelikte in § 374 StPO um den Fall des § 6 c (Artikel 1 Nr. 4).

VIII. Zu Artikel 3 (Änderung des Gerichtsverfassungsgesetzes)

Artikel 3 schränkt als Folge von Artikel 1 Nr. 13 (§ 26) die Fälle ein, in denen UWG-Streitsachen vor die Kammern für Handelssachen gehören.

IX. Zu Artikel 4 (Änderung der JVKostO)

1. Zu Nummer 1 (Neufassung des § 1 Abs. 2 JVKostO)

Durch die Einfügung der Nummer 5 des Gebührenverzeichnisses in § 1 Abs. 2 JVKostO wird bewirkt, daß die Gebührenbestimmungen der Nummer 5 unmittelbar auch in den Ländern gelten.

2. Zu Nummer 2 (Änderung des Gebührenverzeichnisses)

Das Gebührenverzeichnis wird für die Fälle der Eintragung von Verbänden (§ 13 Abs. 5) sowie der Prüfung der jährlichen Rechnungslegung (§ 13 c Abs. 3) ergänzt. Der Gebührenrahmen dürfte eine angemessene Bestimmung der Gebühr im Einzelfall ermöglichen.

X. Zu Artikel 5 (Berlin-Klausel)

Artikel 5 enthält die übliche Berlin-Klausel.

XI. Zu Artikel 6 (Inkrafttreten)

Das Gesetz soll nicht schon am Tage nach der Verkündung, sondern erst zu einem vom Gesetzgeber zu bestimmenden Tag in Kraft treten, um den Beteiligten Gelegenheit zu geben, sich auf die neuen Vorschriften einzustellen.

Anlage 2

Stellungnahme des Bundesrates

1. **Zu Artikel 1 Nr. 3** (§ 4 UWG)

   § 4 Abs. 2 ist zu streichen.

   Begründung

   Die Regelung der Verjährung von Pressedelikten gehört nicht zum Bereich des Strafrechts oder des gerichtlichen Verfahrens nach Artikel 74 Nr. 1 GG, sondern zum Gebiet der „allgemeinen Rechtsverhältnisse der Presse", für das dem Bund lediglich eine Rahmenkompetenz nach Artikel 75 Nr. 2 GG zusteht (BVerfGE 7, 29). Die in § 4 Abs. 2 UWG vorgesehene Regelung stellt keine Rahmenregelung dar, sondern eine Detailregelung, die auch nicht in eine rahmenrechtliche Gesamtregelung des Presserechts eingebettet ist. Sie ist daher nicht von der Gesetzgebungskompetenz des Bundes gedeckt.

   Eine Zuständigkeit des Bundes für diese Regelung kann auch nicht damit begründet werden, daß es sich hier nicht um eine Vorschrift über die Verjährung von Presseeinhaltungsdelikten handele. Es trifft zwar zu, daß die Kompetenz der Länder für die presserechtliche Verjährungsregelung nur insoweit gegeben ist, als es sich um die Begehung von Straftaten gerade durch den Inhalt eines Druckwerks handelt. Mit der herrschenden Lehre und der Rechtsprechung ist jedoch von einem weiten Begriff des Presseinhaltsdelikts auszugehen (vgl. Groß, NJW 1978, 919; Löffler, Presserecht, Bd. 2, RdNr. 49 ff. zu § 20 LPG). Es ist nicht erforderlich, daß die in dem Druckwerk verkörperte Gedankenäußerung die Normwidrigkeit in ihrem vollen objektiven Tatbestand selbst enthält. Vielmehr genügt es, wenn in dem Druckwerk eine Gedankenäußerung enthalten ist, die in Verbindung mit objektiven Gegebenheiten die Strafbarkeit begründet. Im Wege der Publikation begangene Verstöße gegen Wettbewerbsvorschriften sind Presseinhaltsdelikte (so ausdrücklich Löffler, a. a. O., RdNr. 59 zu § 20 LPG), deren Verjährung in die Regelungszuständigkeit der Länder fällt.

2. **Zu Artikel 1 nach Nummer 4** (§§ 7 ff. UWG)

   Der Bundesrat ist der Auffassung, daß das Ausverkaufswesen (§§ 7 ff. UWG) einer Neuregelung bedarf. Die Bundesregierung wird aufgefordert, im Laufe des Gesetzgebungsverfahrens eine Neuregelung des Ausverkaufswesens in die vorliegende UWG-Novelle einzuarbeiten. Hierbei sollten die rechtlichen Voraussetzungen des Ausverkaufs restriktiver gestaltet werden; ferner sollten die Kontroll- und Sanktionsmöglichkeiten gegen Verstöße konkretisiert werden.

   Begründung

   Vor dem Hintergrund nicht unerheblicher Mißstände in der Praxis des Aus- und Räumungsverkaufs ist zu Recht die Forderung nach einer strengeren Ausgestaltung des Aus- und Räumungsverkaufswesens erhoben worden. Verbesserungen sind denkbar durch restriktivere Ausgestaltung der Voraussetzung für die Durchführung der Verkäufe sowie durch eine Verstärkung der Kontroll- und Sanktionsmöglichkeiten seitens der zuständigen Behörden.

   Es wäre insbesondere zu denken an

   1. restriktive Ausgestaltung der rechtlichen Voraussetzungen:

      Es sollte geprüft werden, ob Mißständen dadurch entgegengewirkt werden kann, daß Ausverkäufe nur für solche Betriebe bzw. Warengattungen zugelassen werden, die am Ausverkaufsort während einer bestimmten Mindestzeitspanne tatsächlich geführt wurden. Im Zusammenhang damit könnte die Sperrfrist für die Wiederaufnahme des Betriebes oder von Warengattungen am Ausverkaufsort bzw. in dessen Einzugsbereich auf zwei Jahre verlängert werden.

      Wegen der praktischen Schwierigkeiten bei der Abgrenzung zwischen „unselbständigen Verkaufsstellen" und „Zweigniederlassungen" sollte erwogen werden, Zweigniederlassungen den unselbständigen Verkaufsstellen gleichzustellen, d. h. auch bei Aufgabe von Zweigniederlassungen wären dann lediglich Räumungsverkäufe zulässig.

      Kommissionsware sollte vom Ausverkauf ausgeschlossen werden. Damit würde die in einzelnen Ländern geübte Verwaltungspraxis rechtlich abgesichert.

   2. Verstärkung der Kontroll- und Sanktionsmöglichkeiten:

      Es sollte geprüft werden, ob durch Festlegung von Höchstmengen (Beschränkung des Aus- bzw. Räumungsverkaufs auf einen Jahresumsatz) die unzulässige Einbeziehung von Ware in die Verkaufsveranstaltung, die hierfür eigens beschafft wurde, unterbunden werden kann, ohne dadurch berechtigte Interessen bei Aus- und Räumungsverkäufen zu verletzen.

Das vom Antragsteller vorzulegende Warenverzeichnis sollte insbesondere auch Angaben über die Preise der Waren enthalten; damit könnte der Angabe von sogenannten Mondpreisen weitgehend entgegengewirkt werden. Damit würde eine bereits weitgehend geübte Verwaltungspraxis rechtlich untermauert.

Die bisher praktisch in vielen Ländern geübte Nachprüfung von Angaben eines Antragstellers an Ort und Stelle durch die zuständige Behörde sollte rechtlich abgesichert werden.

Die zuständigen Behörden sollten das Recht erhalten, die Schließung von Verkaufsstellen nach Beendigung des Ausverkaufs anzuordnen. Damit würde gegenüber den bisherigen Verhältnissen mehr Rechtsklarheit geschaffen.

3. **Zu Artikel 1 Nr. 5** (§ 13 UWG)

a) In § 13 Abs. 2 ist die Nummer 3 zu streichen.

Demzufolge werden die Nummern 4 und 5 zu Nummern 3 und 4 und ist in § 13 Abs. 3 die Angabe „, 3 und 5" durch die Angabe „und 4" zu ersetzen.

Begründung

Die in § 13 Abs. 2 Nr. 3 UWG n. F. vorgesehenen Voraussetzungen für die Klagebefugnis sogenannter gewerblicher Klageverbände sind nicht geeignet, der Tätigkeit von Verbänden zu begegnen, denen nur an der Erlangung von Gebühren und von Aufwendungsersatz, nicht aber an einer ernsthaften Bekämpfung von Wettbewerbsverstößen gelegen ist. Das den Mitgliederbestand betreffende Erfordernis von mindestens fünf Gewerbetreibenden als Mitglieder kann nämlich unschwer auch von unseriösen Verbänden erfüllt werden, die zur Gründung eines eingetragenen Vereins ohnehin sieben Mitglieder benötigen.

Zudem ist eine sachlich nicht gebotene Abweichung von § 13 des AGB-Gesetzes im Interesse der Überschaubarkeit des Rechts nicht wünschenswert. Dies gilt insbesondere insoweit, als § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG n. F. trotz gleichen Wortlauts den Begriff „zur Förderung gewerblicher Interessen" anders versteht als § 13 Abs. 2 Nr. 2 des AGB-Gesetzes.

Es kann erwartet werden, daß die Rechtsprechung der Tätigkeit unseriöser Verbände auch ohne zusätzliche gesetzliche Regelung weiterhin entgegentreten und gegebenenfalls die von ihr hierzu entwickelten Mindestvoraussetzungen für die Klagebefugnis ausbauen wird.

b) § 13 Abs. 5 ist zu streichen.

Begründung

Die vorgeschlagene Registrierung führt zu unnötiger Unsicherheit der Parteien über die Klagebefugnis des Klägers. Denn das Prozeßgericht ist an die Registrierung nicht gebunden und kann deshalb die Klagebefugnis trotz Registrierung verneinen, wenn es die Voraussetzungen des § 13 Abs. 2 nicht für gegeben hält.

Eine nennenswerte Arbeitserleichterung für das Prozeßgericht ist nicht zu erwarten, da das Gericht das Bestehen der Klagebefugnis in jedem Stand des Verfahrens von Amts wegen zu prüfen hat und sich deshalb auf eine zeitlich zurückliegende Registrierung nur in Ausnahmefällen verlassen darf.

Es ist nicht einzusehen, weshalb das Prozeßgericht an das Nichtvorliegen einer Registrierung gebunden sein soll, wenn es den Verband aus AGB-Prozessen kennt und in diesem Verfahren die dem UWG entsprechenden Voraussetzungen der Klagebefugnis (z. B. § 13 Abs. 2 Nr. 1 und 2 des AGB-Gesetzes) für gegeben hält.

Die sachlich nicht gerechtfertigte Abweichung von § 13 des AGB-Gesetzes ist im Interesse der Überschaubarkeit des Rechts nicht wünschenswert.

Im übrigen würde die Eintragung eines Verbandes diesem u. U. einen falschen und irreführenden Anstrich von Legitimität verleihen, weil bei der Registrierung lediglich die Mitgliederzahl und der satzungsgemäße Zweck des Verbandes im Zeitpunkt der Eintragung geprüft werden sollen, jedoch eine darüber hinausgehende Aufsicht über die tatsächliche Verbandstätigkeit nicht vorgesehen ist. Selbst das Fortbestehen von einmal vorhandenen Eintragungsvoraussetzungen soll offenbar nur von Fall zu Fall auf „Aufforderung durch die Aufsichtsbehörde" nachzuweisen sein; ohne eine regelmäßige Überwachung, die wegen des damit verbundenen Arbeitsaufwandes aber abgelehnt werden müßte, ließe die Registereintragung jedoch keinen sicheren Schluß auf das Vorliegen der Klageberechtigung zu.

Wie in § 13 Abs. 2 des AGB-Gesetzes sollte daher auf eine Registrierung verzichtet werden.

4. **Zu Artikel 1 Nr. 6** (§ 13 a UWG)

§ 13 a Abs. 3 ist zu streichen.

Begründung

Der in § 13 a Abs. 3 vorgesehene Anspruch ist deliktischer Natur, geht jedoch nicht — wie dies der Systematik des deutschen Schadenersatzrechts entsprechen würde — auf das negative, sondern auch auf das positive Interesse. Er sieht also Rechtsfolgen vor, die das deutsche Privatrecht nur für die Haftung wegen der Ver-

letzung von Pflichten im Rahmen bestehender Schuldverhältnisse vorsieht. Diese Vermengung deliktischer Voraustatbestände und schuldrechtlicher Rechtsfolgen ist rechtssytematisch nicht haltbar und auch sachlich nicht erforderlich. Es genügt, wenn der Abnehmer so gestellt wird, wie er stehen würde, wenn die Zuwiderhandlung nach § 13 a Abs. 1 nicht erfolgt wäre.

5. **Zu Artikel 1 Nr. 6** (§ 13 b UWG)

a) § 13 b Abs. 1 Satz 1 ist wie folgt zu fassen:

„Ist der Abnehmer durch eine Werbemaßnahme, die eine Zuwiderhandlung gegen die §§ 1 oder 3 darstellt und für den Personenkreis, an den sie sich richtet, für den Abschluß von Verträgen wesentlich ist, zum Abschluß eines Vertrages bestimmt worden, so kann er von dem Vertrag zurücktreten."

Begründung

Ein Vertragslösungsrecht bei unlauterer Werbung ist für den betroffenen Abnehmer das nächstliegende und bedeutsamste Recht, an dem er in der Regel ein wesentlich größeres Interesse haben wird als an der Erlangung eines unter Umständen geringfügigen Schadensersatzbetrags. Diese Bedeutung wird das in § 13 b Abs. 1 vorgesehene Rücktrittsrecht jedoch nicht gerecht, weil es gegenüber dem Vertragslösungsrecht als Folge des Schadensersatzanspruchs nach § 13 a Abs. 1 und 2 keine wesentliche Erleichterung bringt, sondern es im Gegenteil auf Fälle einschränken würde, in denen der objektive Tatbestand einer strafbaren Werbung (§ 4 UWG) vorliegt. Dies erscheint nicht angebracht, weil in allen Fällen irreführender oder sonst unlauterer Werbung eine in gleicher Weise zu mißbilligende und gleich schwerwiegende Einflußnahme auf die Willensbildung des Abnehmers vorgenommen wird, die deshalb auch einheitlich zu einem Rücktrittsrecht führen sollte.

b) § 13 b Abs. 1 Satz 1 ist wie folgt zu fassen:

„Dies gilt nicht, wenn die Werbemaßnahme von einem Dritten ausgegangen ist, der andere Vertragsteil sie sich nicht durch eigene Maßnahmen zunutze gemacht hat und er die Zuwiderhandlung weder kannte noch kennen mußte."

Begründung

Für die Fälle, in denen die Werbung nicht vom Vertragspartner, sondern von einem Dritten ausgeht, ist die in § 13 b Abs. 1 Satz 2 vorgesehene Regelung insoweit zu eng, als auf die „Beteiligung" an der Werbung abgestellt wird. Mit diesem Begriff dürften sich die praktisch besonders bedeutsamen Fälle nicht erfassen lassen, in denen der Gewerbetreibende selbst keine Werbemaßnahmen ergriffen, sich aber an eine fremde Werbung (z. B. Fernsehwerbung) durch eigene Maßnahmen angeschlossen hat, um sich deren Wirkung zunutze zu machen. Diese Fälle sollten der aktiven Beteiligung an einer fremden Werbemaßnahme gleichgestellt werden.

Andererseits erscheint es als zu weitgehend, das Rücktrittsrecht unabhängig von einem möglichen Verschulden des Vertragspartners nur von objektiven Voraussetzungen abhängig zu machen. Insbesondere kleinere und mittelständische Betriebe, die vielfach von ihren tatsächlichen Erkenntnismöglichkeiten her nicht in der Lage sein werden, die Unlauterkeit einer Werbemaßnahme zu beurteilen, würden damit einem nicht kalkulierbaren Haftungsrisiko ausgesetzt. Für den Abnehmer würde der Nachweis einer schuldhaften Mitwirkung seines Vertragspartners an einer fremden Werbung allerdings nur schwer möglich sein, weil die hierfür maßgeblichen Umstände außerhalb seiner Sphäre liegen. Um einen angemessenen Ausgleich der Interessen des Gewerbetreibenden und des Verbrauchers herbeizuführen, ist der Vorschlag daher so gefaßt, daß der Gewerbetreibende die ihn entlastenden Umstände darlegen und beweisen muß.

c) In § 13 b Abs. 3 ist

aa) Satz 2 zu streichen;

bb) folgender neuer Satz anzufügen:

„Geht die Werbung von einem Dritten aus, so trägt im Verhältnis zwischen dem anderen Vertragsteil und dem Dritten dieser den durch den Rücktritt entstandenen Schaden allein."

Begründung

Zu aa)

Die Änderung folgt aus der vorgeschlagenen Streichung von § 13 a Abs. 3.

Zu bb)

Der Vorschlag soll sicherstellen, daß der für die Werbung unmittelbar Verantwörtliche letztlich allein für die Folgen seines wettbewerbswidrigen Verhaltens aufkommen muß. Eine derartige Ausgleichspflicht ergibt sich wohl nicht, wie in der Begründung zum Regierungsentwurf auf Seite 22 angenommen wird, aus den Grundsätzen des allgemeinen Deliktsrechts. § 840 BGB betrifft nämlich nur den Fall, daß für einen Schaden mehrere nebeneinander haftbar sind. § 13 b UWG i. d. F. des Entwurfs räumt dagegen keinen Schadensersatzanspruch ein, sondern gewährt — freilich im Anschluß an eine unerlaubte Handlung — ein gesetzliches Rücktrittsrecht. Dieses

richtet sich naturgemäß nur gegen den Vertragspartner des Abnehmers, eine Haftung mehrerer Personen besteht insoweit nicht, so daß wohl für eine gesamtschuldnerische Haftung kein Raum ist.

Der nach § 13 b in Anspruch Genommene dürfte allerdings in aller Regel einen Schadensersatzanspruch gegen seinen unlauter werbenden Lieferanten nach den Grundsätzen der positiven Vertragsverletzung haben. Dieser Anspruch besteht aber wohl bei mehrstufigen Vertriebsformen nicht, so daß es angezeigt erscheint, einen Ersatzanspruch allgemein gesetzlich vorzusehen. Dieser soll sich nach der vorgeschlagenen Fassung auf vollen Schadensersatz richten, da das Verschulden des für die Werbung unmittelbar Verantwortlichen in aller Regel so sehr viel schwerer wiegt als das des Letztverkäufers, daß dessen Mitverschulden außer Betracht bleiben kann.

6. **Zu Artikel 1 Nr. 6** (§ 13 c UWG)

a) § 13 c Abs. 1 ist wie folgt zu fassen:

„(1) Die in § 13 Abs. 2 Nr. 2 und 3 genannten Verbände bedürfen der Erlaubnis zur Besorgung fremder Rechtsangelegenheiten nach Artikel 1 § 1 des Rechtsberatungsgesetzes nicht, soweit sie im Rahmen ihrer satzungsgemäßen Aufgaben Ersatzansprüche von Abnehmern nach § 13 a Abs. 2, die an sie abgetreten worden sind, geltend machen und die Aufnahme dieser Tätigkeit dem Präsidenten des Landgerichts, in dessen Bezirk der Verband seinen Sitz hat, zuvor angezeigt haben. Hat der Verband seinen Sitz im Bezirk eines Amtsgerichts, dem ein Präsident vorsteht, so ist die Anzeige diesem gegenüber vorzunehmen."

b) § 13 c Abs. 3 Satz 3 ist wie folgt zu fassen:

„Der Verband ist zur jährlichen Rechnungslegung gegenüber der in Absatz 1 genannten Stelle verpflichtet."

B e g r ü n d u n g

zu a)

Die vorgeschlagene Anzeigepflicht soll eine Kontrolle ermöglichen, ob die Verbände ihrer in § 13 c Abs. 3 Satz 3 vorgesehenen Pflicht zur Rechnungslegung nachkommen. Unterbleibt die Anzeige, die allgemein vor Aufnahme der Tätigkeit und nicht vor jeder einzelnen Klage erfolgen soll, so entfällt die vorgesehene gesetzliche Teilerlaubnis zur Geltendmachung abgetretener Ersatzansprüche mit der Folge, daß die Vorschriften des Rechtsberatungsgesetzes Anwendung finden.

Als Adressaten der Anzeige sind in Anlehnung an die Regelung des Entwurfs die Land- oder Amtsgerichtspräsidenten vorgesehen. Dies liegt deshalb nahe, weil diese Stellen bei Nichterfüllung der in § 13 c Abs. 1 i. d. F. des Vorschlags genannten Verpflichtung nach dem dann anzuwendenden Rechtsberatungsgesetz ebenfalls zuständig sind. Im übrigen trägt die vorgeschlagene Fassung dem Vorschlag Rechnung, § 13 a Abs. 3 zu streichen sowie die in § 13 Abs. 5 vorgesehene Registrierung unter Einschaltung einer Aufsichtsbehörde entfallen zu lassen.

zu b)

Die vorgeschlagene Fassung folgt aus dem Streichungsvorschlag zu § 13 Abs. 5 und dem Vorschlag auf Neufassung des § 13 c Abs. 1.

c) § 13 c Abs. 5 ist wie folgt zu fassen:

„(5) Artikel 1 § 7 Satz 2 des Rechtsberatungsgesetzes und die zur Ausführung dieser Bestimmung erlassenen Rechtsvorschriften sind entsprechend anzuwenden. Dem Verband kann die Geltendmachung von Ersatzansprüchen nach Absatz 1 auch untersagt werden, wenn er den Verpflichtungen nach Absatz 3 Satz 1 und 3 oder nach Absatz 4 zuwiderhandelt. Die Untersagung ist im Bundesanzeiger bekanntzumachen."

B e g r ü n d u n g

Die Befreiung vom Erlaubniszwang nach Absatz 1 führt dazu, daß die Zuverlässigkeit und insbesondere die Sachkunde der von den Verbänden mit der Geltendmachung abgetretener Schadensersatzansprüche beauftragten Personen (§§ 4 bis 8 der Verordnung zur Ausführung des Rechtsberatungsgesetzes vom 13. Dezember 1935 — BGBl. III 303—12—1 —) vor der Aufnahme dieser Tätigkeit keiner behördlichen Prüfung unterworfen werden. Der Entwurf bietet aber auch keine Möglichkeit für ein behördliches Eingreifen, wenn sich ergibt, daß diese Personen den persönlichen und fachlichen Anforderungen an eine solche Tätigkeit nicht genügen.

Der Bundesrat hält einen Schutz des Verbrauchers vor nicht fachgerechter Rechtsbesorgung für notwendig. Diesen Schutz soll Satz 1 der vorgeschlagenen Fassung durch entsprechende Anwendung der Vorschriften des Rechtsberatungsgesetzes verwirklichen, die für vom Erlaubniszwang befreite Vereinigungen gelten (Artikel 1 § 7 des Rechtsberatungsgesetzes, § 16 der erwähnten Verordnung zur Ausführung des Rechtsberatungsgesetzes). Dem Verband soll die Geltendmachung der an ihn abgetretenen Schadensersatzansprüche untersagt werden können, wenn die in diesem Rahmen tätigen

Personen den persönlichen oder fachlichen Anforderungen nicht genügen und dieser Mangel nicht in angemessener Zeit behoben wird oder wenn die Rechtsform des Verbandes zur Umgehung des Erlaubniszwangs mißbraucht wird. Die in der Verweisung auf die Bestimmungen des Rechtsberatungsgesetzes liegende Gleichstellung mit den Vereinigungen nach Artikel 1 § 7 des Rechtsberatungsgesetzes ist auch im Hinblick darauf angebracht, daß die Verbände nach § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG i. d. F. des Entwurfs zugleich Vereinigungen i. S. von Artikel 1 § 7 des Rechtsberatungsgesetzes sein können.

Satz 2 des Vorschlags entspricht sachlich dem Regierungsentwurf.

Satz 3 des Vorschlags soll sicherstellen, daß die Untersagung der Geltendmachung von Schadensersatzansprüchen bekannt wird.

7. **Zu Artikel 1 Nr. 9** (§ 17 UWG)

a) **Zu Artikel 1 Nr. 9 Buchstabe b** (§ 17 Abs. 2 UWG)

§ 17 Abs. 2 ist wie folgt zu fassen:

„(2) Ebenso wird bestraft, wer zu Zwecken des Wettbewerbs, aus Eigennutz, zugunsten eines Dritten oder in der Absicht, dem Inhaber des Geschäftsbetriebs Schaden zuzufügen, unbefugt

1. eine verkörperte Wiedergabe eines Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisses herstellt,
2. eine Sache, in der ein Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis verkörpert ist, sich verschafft,
3. durch Anwendung technischer Mittel sich die Kenntnis von einem Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis verschafft,
4. sich die Kenntnis von einem Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis durch eine der in Absatz 1 bezeichneten Mitteilungen oder durch eine fremde Handlung nach Nummern 1, 2 oder 3 verschafft, um das Geschäftsgeheimnis unbefugt zu verwerten oder jemandem mitzuteilen, oder
5. ein Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis, dessen Kenntnis er sich sonst unbefugt verschafft hat, verwertet oder jemandem mitteilt."

Begründung

Anstelle der Regelung, die nach dem Entwurf in § 17 Abs. 2 Nr. 1 getroffen werden soll; sollten die als Ausspähung strafbaren Tatbestände in Anlehnung an den Vorschlag der Sachverständigenkommission zur Bekämpfung der Wirtschaftskriminalität (Band XI der Tagungsberichte, S. 111 f.) gefaßt werden. Indem der Entwurf bei den betreffenden Tatbeständen durchweg darauf abstellt, daß sich der Täter durch sein Verhalten die Kenntnis von einem Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis verschafft haben muß, vernachlässigt er Sachverhaltsgestaltungen, bei denen der Täter bereits zuvor Kenntnis von einem Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis erlangt hat und erst in der Folge eine verkörperte Wiedergabe dieses Geheimnisses herstellt oder sich Gegenstände, in denen das Geheimnis verkörpert ist, verschafft. Demgegenüber vermeidet die vorgeschlagene Fassung, die im übrigen auch auf das entbehrliche Merkmal eines „heimlichen" Handelns des Täters verzichtet, Lücken im Strafrechtsschutz.

Auch bezüglich der Regelung, die nach dem Entwurf in § 17 Abs. 2 Nr. 2 getroffen werden soll, wird eine Erweiterung des Straftatbestandes vorgeschlagen. Dabei geht der Vorschlag davon aus, daß bereits das Verhalten desjenigen strafwürdig und strafbedürftig erscheint, der sich die Kenntnis von einem Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis von einem anderen verraten läßt oder aufgrund der von einem anderen vorgenommenen Ausspähung erlangt, sofern er sich das Geheimnis in der Absicht verschafft, es unbefugt zu verwerten oder weiterzugeben. Wer sich in dieser Weise den Erfolg der von anderen verübten strafbaren Eingriffe in das Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis zu eigen macht, handelt auch dann sozialschädlich, wenn eine Verwertung oder Weitergabe des Geheimnisses entgegen der zunächst bestehenden Absicht unterbleibt (Nummer 4 des Vorschlags). Dagegen muß die Verwertung oder Weitergabe des Geheimnisses durch den Täter als zusätzliches Tatbestandsmerkmal vorausgesetzt werden, sofern sich der Täter das Geheimnis in sonstiger Weise unbefugt, jedoch ohne eigenes oder fremdes strafbares Verhalten verschafft hat (Nummer 5 des Vorschlags). Indem die vorgeschlagene Tatbestandsfassung dort, wo dies wegen der Strafwürdigkeit der Tat vertretbar erscheint, auf das häufig nur unter Schwierigkeiten nachweisbare Merkmal des „Verwertens" verzichtet, trägt sie zugleich den Erfordernissen einer wirksamen Strafverfolgung Rechnung.

b) **Zu Artikel 1 Nr. 9 Buchstabe c** (§ 17 Abs. 5 — neu — und Absatz 6 UWG)

In Artikel 1 Nr. 9 ist Buchstabe c wie folgt zu fassen:

‚c) Folgende neue Absätze 5 und 6 werden angefügt:

„(5) Der Versuch ist strafbar.

(6) — Wie Regierungsentwurf Absatz 5 —." '

Begründung

Es erscheint kriminalpolitisch notwendig, den Versuch von Tathandlungen nach § 17 UWG unter Strafe zu stellen. Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse verdienen im Interesse sowohl eines lauteren Wettbewerbs im nationalen Bereich als auch zur Abwehr internationaler Betriebsspionage einen besonders starken Schutz. Ob der Täter erst nach der unerlaubten Beschaffung von solchen Geheimnissen, nach deren Verwertung oder Mitteilung an Dritte gestellt oder ob das Vorhaben im Versuchsstadium (z. B. wenn der Täter mit einer Kleinstkamera über Geheimpapiere gebeugt angetroffen wird) entdeckt wird, sollte wegen der starken Gefährdung des geschützten Rechtsguts auch in den letztgenannten Fällen für die Strafbarkeit nicht entscheidend sein.

Diese Erwägungen gelten auch für die Fälle des Absatzes 1. Zu denken ist z. B. an schriftliche Mitteilungen von Geheimnissen vor deren Zugang bei dem Interessenten oder an die Wahrnehmung einer Verabredung, bei der die Information übermittelt werden soll.

Auch aus Gründen der Harmonisierung strafrechtlicher Vorschriften erscheint es angezeigt, den Versuch hier unter Strafe zu stellen, da er auch bei vergleichbaren Vorschriften mit Höchststrafen zwischen zwei und fünf Jahren Freiheitsstrafe — wie z. B. bei den §§ 95, 96 Abs. 2, §§ 109 g, 201, 353 b, 353 c StGB — strafbar ist.

Für die Fälle des neuen § 17 Abs. 2 UWG hat auch die Kommission zur Bekämpfung der Wirtschaftskriminalität einen entsprechenden Vorschlag unterbreitet (Bd. XI der Tagungsberichte, S. 108 Ziffer 7).

8. **Zu Artikel 1 Nr. 11** (§ 22 UWG)

In § 22 sind

a) in Absatz 1 Satz 3 die Worte „§ 13 Abs. 2 Nr. 1 und 5" durch die Worte „§ 13 Abs. 2 Nr. 1 und 4"

und die Worte „§ 13 Abs. 2 Nr. 2 und 3" durch die Worte „§ 13 Abs. 2 Nr. 2" zu ersetzen

sowie die Worte „und nach § 13 Abs. 5 eingetragenen" zu streichen,

b) in Absatz 2 Satz 1 die Worte „§ 13 Abs. 2 Nr. 1 und 5" durch die Worte „§ 13 Abs. 2 Nr. 1 und 4" und

die Worte „die nach § 13 Abs. 5 eingetragenen Verbände" durch die Worte „die in § 13 Abs. 2 Nr. 2 und 3 genannten Verbände"

zu ersetzen.

Begründung

Die Änderungen sind Folgerungen aus den Vorschlägen zu § 13 Abs. 2 Nr. 3 und Absatz 5.

9. **Zu Artikel 1 Nr. 12 Buchstabe a** (§ 23 a Abs. 2 UWG)

a) In § 23 a Abs. 2 Satz 1 sind die Worte „nach § 13 a Abs. 5 eingetragenen" durch die Worte „in § 13 Abs. 2 Nr. 2 oder 3 genannten" zu ersetzen.

Begründung

Folge der vorgeschlagenen Streichung von § 13 Abs. 2 Nr. 3 und Abs. 5.

b) In § 23 a Abs. 2 ist Satz 3 wie folgt zu fassen:

„Der in Absatz 1 Satz 1 genannte Teil des Streitwertes soll in der Regel nicht höher als 50 000 Deutsche Mark angenommen werden; beruhen die Einnahmen des Verbandes ganz überwiegend auf Zuwendungen der öffentlichen Hand, so ist der Streitwert regelmäßig auf 5 000 Deutsche Mark anzunehmen."

Begründung

Mit der Einführung eines Regelhöchststreitwertes von 50 000 Deutsche Mark soll das Prozeßkostenrisiko begrenzt werden. Die Erfahrung hat gezeigt, daß Verbände aus Kostengründen oft nicht gegen Wettbewerbsverstöße vorgehen können, weil die Streitwerte zu hoch sind oder von großen und finanzstarken Prozeßgegnern bewußt hochgetrieben werden.

Die Einführung des Regelstreitwertes von 5 000 Deutsche Mark soll für die Verbraucherverbände gelten, deren Einnahmen „ganz überwiegend" auf Zuwendungen der öffentlichen Hand beruhen. Die Begrenzung auf die Verbände, die „ausschließlich" von Zuwendungen der öffentlichen Hand abhängig sind, erweist sich insbesondere für die Verbraucherzentralen als zu eng.

10. **Zu Artikel 1 Nr. 14** (§ 27 UWG)

a) § 27 Abs. 2 ist zu streichen.

b) In § 27 Abs. 3, der zu Absatz 2 wird, sind die Worte „und des Absatzes 2" zu streichen.

Begründung

Zu a)

Für das vorgesehene Beteiligungsrecht der Kartellbehörden besteht kein Bedürfnis. Dem In-

formationsbedürfnis der Behörden wird durch die in § 27 Abs. 1 n. F. vorgesehene Mitteilungspflicht voll entsprochen. Das Gericht kann für Zwecke seines Verfahrens gegebenenfalls amtliche Auskünfte der Kartellbehörde gemäß § 273 ZPO einholen.

Zudem begegnet die vorgesehene Mitwirkungsbefugnis von Behörden erheblichen rechtspolitischen Bedenken, weil sie sich faktisch immer zugunsten einer Partei auswirken und wohl auch die Vergleichsbereitschaft der Parteien vermindern würde. Die in der Zivilprozeßordnung grundsätzlich nicht vorgesehene Einflußnahme staatlicher Behörden auf Zivilverfahren sollte daher entfallen.

Zu b)

Folge der zu a) vorgeschlagenen Streichung.

11. **Zu Artikel 1 Nr. 15 Buchstaben b und d** (§ 27 a Abs. 2 und 11 UWG)

In § 27 a Abs. 2 Satz 1 und in Absatz 11 Satz 2 sind jeweils die Worte „nach § 13 Abs. 5 eingetragenen" durch die Worte „in § 13 Abs. 2 Nr. 3 genannten" zu ersetzen.

Begründung

Die Änderungen sind Folgerungen aus den Vorschlägen zu § 13 Abs. 2 Nr. 3 und Abs. 5.

12. **Zu Artikel 3** (Änderung des GVG)

Die Bundesregierung wird gebeten zu prüfen, ob § 109 Abs. 2 GVG nicht gestrichen werden sollte.

Begründung

Bei der Gewinnung geeigneter Personen als Handelsrichter sind in Ballungsräumen, in denen der Gerichtsbezirk nicht mehr voll den dazu gehörenden Wirtschafts- und Siedlungsraum umfaßt, durch § 109 Abs. 2 GVG, der für die zuständigen Stellen auch als Sollvorschrift bindenden Charakter hat, wiederholt Schwierigkeiten aufgetreten, die durch Streichung dieser Vorschrift behoben werden sollten.

Dabei kann davon ausgegangen werden, daß auch weiterhin nur solche Personen als Handelsrichter vorgeschlagen und ernannt werden, die in einer engen örtlichen Beziehung zum Sitz des Gerichts stehen, wie sie § 109 Abs. 2 GVG sicherstellen will.

13. **Zu Artikel 4** (Änderung der JVKostO)

In Nummer 2 Buchstabe a ist in der neuen Nummer 5 des Gebührenverzeichnisses die Rubrik a zu streichen; in der bisherigen Rubrik b entfällt die Kennzeichnung „b)".

Begründung

Die Änderung ist eine Folgerung aus dem Streichungsvorschlag zu § 13 Abs. 5.

Anlage 3

Gegenäußerung der Bundesregierung zur Stellungnahme des Bundesrates

Zu 1. (Artikel 1 Nr. 3 — § 4 UWG)

Die Bundesregierung stimmt dem Vorschlag des Bundesrates nicht zu.

Die Zuständigkeit des Bundes ergibt sich aus Artikel 73 Nr. 9 und Artikel 74 Nr. 1 und 11 des Grundgesetzes. § 4 UWG ist kein Presseinhaltsdelikt (Artikel 75 Nr. 2 des Grundgesetzes), weil sich die tatbestandlichen Voraussetzungen dieser Vorschrift nicht vollständig aus der Presseveröffentlichung entnehmen lassen. Der Wahrheitsgehalt einer Werbeangabe kann nur nach Prüfung der tatsächlichen Verhältnisse beurteilt werden, auf die sich die Angabe bezieht, wobei sich der Inhalt der Angabe häufig erst aus dem Verständnis der angesprochenen Abnehmerkreise heraus ermitteln läßt. Ferner bedarf es der Feststellung, ob es sich unter Berücksichtigung der Vorstellungen der Abnehmerkreise um eine für den Abschluß von Verträgen wesentliche Angabe handelt. Aufgrund der Werbeangabe allein können diese Feststellungen nicht getroffen werden. Es handelt sich daher nicht um ein „offenkundiges Delikt" im Sinne der Entscheidung BVerfGE 7, 29/30. Die Vorschrift stellt danach, wie § 88 Abs. 2 des Börsengesetzes, lediglich klar, daß § 4 UWG kein Presseinhaltsdelikt ist, und daß daher die kurze presserechtliche Verjährung nicht eingreift.

Zu 2 (Artikel 1 nach Nummer 4 — §§ 7 ff. UWG)

Die Bundesregierung wird im weiteren Verlauf des Gesetzgebungsverfahrens prüfen, ob und in welchen Punkten eine Änderung der Vorschriften über den Ausverkauf und den Räumungsverkauf (§§ 7 ff. UWG) zur Verhinderung bestimmter Mißbräuche erforderlich ist. Die in BT-Drucksache 8/1670 unterbreiteten Vorschläge für eine völlige Neufassung der §§ 7 ff. UWG erscheinen der Bundesregierung allerdings in verschiedenen Teilen nicht als eine sachgerechte Fortbildung des geltenden Rechts. Bei einer Neuregelung muß insbesondere jede übermäßige Einschränkung der wirtschaftlichen Betätigungsfreiheit vermieden werden.

Zu 3. (Artikel 1 Nr. 5 — § 13 UWG)

Zu a)

Die Bundesregierung stimmt dem Vorschlag des Bundesrates nicht zu.

Wegen des verstärkt auftretenden Mißbrauchs des Klagerechts der heute nach § 13 Abs. 1 UWG klagebefugten Verbände und im Hinblick auf die geltenden Voraussetzungen für die Klagebefugnis der Verbraucherverbände (§ 13 Abs. 1 a UWG; § 13 Abs. 2 Nr. 1 AGBG) hält sie bestimmte Mindestvoraussetzungen für das Klagerecht der gewerblichen Klageverbände für erforderlich. Die vorgesehenen Anforderungen an den Mitgliederbestand und die Tätigkeit der Verbände sind nach Auffassung der Bundesregierung zumindest besser als das geltende Recht geeignet, einer sachfremden Ausnutzung der Klagemöglichkeit entgegenzuwirken. Die Bundesregierung wird im weiteren Verlauf des Gesetzgebungsverfahrens prüfen, ob statt des in § 13 Abs. 2 Nr. 2 im engeren als bisher üblichen Sinne verwendeten Begriffs der „Verbände zur Förderung gewerbliche Interessen" zur Vermeidung von Mißverständnissen, auch im Hinblick auf § 13 Abs. 2 AGBG, ein anderer Begriff gewählt werden sollte.

Zu b)

Die Bundesregierung stimmt dem Vorschlag des Bundesrates nicht zu.

Die Registrierung am Sitz des Verbandes erleichtert die Überwachung. Sie bindet das Gericht insofern, als jedenfalls nichtregistrierte Verbände nicht klagebefugt sind, und erleichtert ihm damit seine Arbeit.

Zu 4. (Artikel 1 Nr. 6 — § 13 a UWG)

Die Bundesregierung stimmt dem Vorschlag des Bundesrates nicht zu.

Der im Gesetzentwurf vorgesehene Ersatz des sog. positiven Interesses des Verbrauchers entspricht bei für den Vertragsabschluß wesentlichen unwahren Werbeangaben einem Gebot der Gerechtigkeit und kann sich wegen der weitgehend gleichen Interessenlage auf das Vorbild des § 463 BGB und den in dieser Vorschrift zum Ausdruck kommenden allgemeinen Rechtsgedanken stützen. Ohne den Ersatz dieses Interesses würde der Werbende, dessen Ware dem geforderten Preis entspricht, ohne ein haftungsrechtliches Risiko mit unwahren Werbeangaben Verbraucher zum Vertrag bestimmen können. Der Ersatz des positiven Interesses ist nicht systemwidrig. So wird auch bei der Verletzung gewerblicher Schutzrechte deliktsrechtlich das positive Interesse des Schutzrechtsinhabers am ordnungsgemäßen Abschluß und an der Einhaltung eines Lizenzvertrags ersetzt (sog. Schadensberechnung nach der Lizenzanalogie).

Zu 5. (Artikel 1 Nr. 6 — § 13 b UWG)

Zu a) und b)

Die Bundesregierung wird die Vorschläge des Bundesrates im weiteren Verlauf des Gesetzgebungsverfahrens prüfen. Sie weist darauf hin, daß der Wortlaut des Vorschlags 5. b) mit der Begründung nicht übereinstimmt.

Zu c)

Dem Vorschlag zu aa) stimmt die Bundesregierung unter Hinweis auf ihre zu 4. vertretene Auffassung nicht zu.

Dem Vorschlag zu bb) stimmt die Bundesregierung mit der Maßgabe zu, daß der volle Regreß nur bei einer fahrlässigen Unkenntnis des Händlers von der Zuwiderhandlung vorgesehen werden sollte. Andernfalls könnte ein Händler, letztlich auf das Risiko des werbenden Dritten, trotz voller Kenntnis von der Zuwiderhandlung aus deren schädlicher Wirkung auf den Abnehmer Nutzen ziehen.

Zu 6. (Artikel 1 Nr. 6 — § 13 UWG)

Zu a)

Die Bundesregierung stimmt dem Vorschlag des Bundesrates mit der Maßgabe zu, daß Absatz 1 Satz 1 im Hinblick auf ihre zu 3. vertretene Auffassung folgende Fassung erhalten sollte: „Die nach § 13 Abs. 5 eingetragenen Verbände bedürfen der Erlaubnis zur Besorgung fremder Rechtsangelegenheiten nach Artikel 1 § 1 des Rechtsberatungsgesetzes nicht, soweit sie im Rahmen ihrer satzungsgemäßen Aufgaben Ersatzansprüche von Abnehmern nach § 13 a Abs. 2 und 3, die an sie abgetreten worden sind, geltend machen und wenn sie die Aufnahme dieser Tätigkeit zuvor der Aufsichtsbehörde (§ 13 Abs. 5) schriftlich mitgeteilt haben."

Zu b)

Die Bundesregierung stimmt dem Vorschlag des Bundesrates im Hinblick auf ihre zu 3. vertretene Auffassung nicht zu.

Zu c)

Die Bundesregierung stimmt dem Vorschlag des Bundesrates mit der Maßgabe zu, daß Absatz 5 Satz 3 im Hinblick auf ihre zu 3. vertretene Auffassung in der Fassung des Absatzes 5 Satz 2 des Gesetzentwurfs beibehalten werden sollte.

Zu 7. (Artikel 1 Nr. 9 — § 17 UWG)

Zu a)

Die Bundesregierung stimmt mit dem Bundesrat in der Sache darin überein, daß auch der Täter von § 17 Abs. 2 Nr. 1 erfaßt werden soll, der das Geheimnis zwar schon kennt, der sich jedoch eine genauere oder bleibende Kenntnis, etwa in Form einer verkörperten Wiedergabe, verschafft. Dies ist aber schon durch die Fassung des Gesetzentwurfs gewährleistet, da es bei dem Sichverschaffen der „Kenntnis" nach dem Sinn und Zweck der Vorschrift entscheidend auf die Erlangung einer sichernden Kenntnis ankommt, die eine Weitergabe oder Verwertung erlaubt. Zur Klarstellung könnten jedoch in der 1. am Ende hinter dem Wort „verschafft" die Worte „oder sichert" eingefügt werden. Bei der vom Bundesrat vorgenommenen Streichung des Merkmals des Kenntnisverschaffens wäre der Unrechtskern der Tat (unerlaubte Informationsbeschaffung) nicht gekennzeichnet.

Im übrigen stimmt die Bundesregierung dem Vorschlag des Bundesrates nicht zu. Bei der vorgeschlagenen Strafvorschrift gegen „Geheimnishehlerei" (Absatz 2 Nr. 4) wird übersehen, daß in den Fällen, in denen jemand bei dem Verrat (Absatz 1) oder der Ausspähung (Absatz 2 Nr. 1) eines anderen einverständlich mitwirkt, entweder Anstiftung oder Beihilfe zu dieser Tat vorliegt oder aber § 20 UWG eingreift. Verschafft sich jemand erst nachträglich die Kenntnis von dem „Vortäter" mit dessen Einverständnis, so können — bei besonderen Fallgestaltungen — die allgemeinen Tatbestände über Begünstigung oder Hehlerei eingreifen. Ein besonderer Strafschutz für die Fälle, in denen die allgemeinen Straftatbestände nicht anwendbar sind, erscheint nicht erforderlich und dürfte im Vergleich zu anderen Strafvorschriften unausgewogen sein.

Zu b)

Die Bundesregierung stimmt dem Vorschlag des Bundesrates mit der Maßgabe zu, daß die Strafbarkeit des Versuchs auf die Fälle des Absatzes 2 beschränkt werden sollte. Die strafwürdig erscheinenden Fälle des Versuchs einer Tat nach Absatz 1, die auch vom Bundesrat für eine Ausdehnung des Strafschutzes angeführt werden, werden bereits von § 20 UWG erfaßt. Eine noch weitergehende Ausdehnung des Strafschutzes würde Arbeitnehmer einem unangemessenen Strafrisiko aussetzen.

Zu 8. (Artikel 1 Nr. 11 — § 22 UWG)

Die Bundesregierung stimmt diesen Vorschlägen des Bundesrates unter Hinweis auf ihre zu 3. vertretene Auffassung nicht zu.

Zu 9. (Artikel 1 Nr. 12 Buchstabe a — § 23 a Abs. 2 UWG)

Zu a)

Die Bundesregierung stimmt dem Vorschlag des Bundesrates unter Hinweis auf ihre zu 3. vertretene Auffassung nicht zu.

Zu b)

Die Bundesregierung stimmt dem Vorschlag des Bundesrates zu. In dem vorgeschlagenen § 23 a Abs. 2 Satz 3 sollte aber statt des Semikolons ein Punkt gesetzt werden. Der restliche Teil des Satzes sollte mit dem Satz 4 durch ein Semikolon verbunden werden.

Zu 10. (Artikel 1 Nr. 14 — § 27 UWG)

Die Bundesregierung stimmt dem Vorschlag des Bundesrates nicht zu, weil bei einer Streichung des § 27 Abs. 2 des Gesetzentwurfs die von der Bundesregierung für notwendig erachtete wechselseitige Unterrichtung zwischen den UWG-Gerichten und den Kartellbehörden nicht in dem erforderlichen Umfang gewährleistet wäre. Die Einholung amtlicher Auskünfte nach § 273 ZPO ist unter diesem Gesichtspunkt kein ausreichender Ersatz für die Bestimmung des § 27 Abs. 2 des Gesetzentwurfs, weil die Kenntnisse der Kartellbehörden dann nur aufgrund eines besonderen Ersuchens durch das Gericht für das Verfahren genutzt werden könnten und die Kartell-

behörden dann nicht berechtigt wären, an der mündlichen Verhandlung teilzunehmen und zu darin neu auftretenden Gesichtspunkten Stellung zu nehmen.

Zu 11. (Artikel 1 Nr. 15 Buchstaben b und d — § 27 a Abs. 2 und 11 UWG)

Die Bundesregierung stimmt dem Vorschlag des Bundesrates unter Hinweis auf ihre zu 3. vertretene Auffassung nicht zu.

Zu 12. (Artikel 3 — Änderung des GVG)

Die Bundesregierung wird die Frage im Zusammenhang mit anderen Vorschlägen zur Änderung des GVG prüfen, ohne bereits einen Zeitpunkt für den Abschluß dieser Prüfung nennen zu können.

Zu 13. (Artikel 4 — Änderung der JVKostO)

Die Bundesregierung stimmt dem Vorschlag des Bundesrates unter Hinweis auf ihre zu 3. vertretene Auffassung nicht zu.